



Tasa-arvon univormut

Marimekon unisex-muoti 1960–1970-luvuilla

Anna Parviainen

014159390

Pro gradu -tutkielma

Taidehistorian oppiaine

Helsingin yliopisto

Ohjaaja: Elina Räsänen

Huhtikuu 2018



Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Humanistinen tiedekunta		Laitos – Institution – Department Filosofian, historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos	
Tekijä – Författare – Author Anna Parviainen			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Tasa-arvon univormut: Marimekon unisex-muoti 1960–1970-luvuilla			
Oppiaine – Läroämne – Subject Taidehistoria			
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma		Aika – Datum – Month and year Huhtikuu 2018	Sivumäärä– Sidoantal – Number of pages 111
Tiivistelmä – Referat – Abstract <p>Tutkimus käsittelee Marimekon 1960–1970-luvuilla suunnittelemaa unisex-muotia. Tutkimuksessa pohditaan, mitä kautta unisex-muodin aatteet ovat kulkeutuneet Marimekolle. Tutkimus tarkastelee, miten Marimekon unisex-mallistot hyödynsivät sekä toisaalta tuottivat hyvinvointivaltion estetiikkaa, ja perehtyy Marimekon unisex-muodin kantamiin sukupuolten representaatioihin. Unisex-muodin sukupuolisuuden käsittely on jaettu kahteen eri käsittelyosioon, sillä sama vaate saattoi kantaa erilaisia merkityksiä riippuen siitä, oliko vaate naisen vai miehen yllä. Tutkimuksen tarkoituksena ei ole tutkia sukupuoli-identiteettiä, vaan analysoida sukupuolten representaatioita taidehistoriallisille tutkimuksille tyypillisen kuva-analyysin keinoin. Tutkimuksen teoreettinen kehys hyödyntää kahta eri näkökulmaa: unisex-ilmiötä taustoitetaan muodin sukupuolittamisen historialla sekä Suomen vaateteollisuuden historialla, ja toisaalta Marimekon unisexin piirteitä tarkastellaan osana hyvinvointivaltion kehitystä ja estetiikkaa, käyttäen apuna arkkitehtuurin ja muotoilun aikalaishistoriaa.</p> <p>Tutkimuksen aineistot on kerätty Marimekon ja Designmuseon arkistoista Helsingissä sekä Tukholman Kungliga bibliotekista ja Nordiska museetista, tutkittaessa Marimekon unisex-muodin vaikutteiden alkuperää. Aineisto koostuu aikalaislehdistä keskittyen 1960–1970-luvuille, Marimekon myyntikatalogeista vuosilta 1971–1979 ja arkistoista löytyneistä aikalaiskuvista. Valmiit vaatteet eivät ole tämän tutkimuksen aineistoa.</p> <p>Tämä tutkimus on sekä ensimmäinen suomalainen unisex-muodin tutkimus että yhden brändin unisex-muotiin fokusoiva kattavampi tutkimus. Unisex-muotia on tutkittu kansainvälisesti vähän, mutta yhdysvaltalaisesta positiosta tehdyn tutkimuksen ja Marimekkoa käsittelevien tutkimusten avulla tutkimuksessa perehdytään Marimekon edustaman pohjoismaisen unisexin piirteisiin. Tutkimuksessa analysoidaan, että Pohjoismaissa unisex-muoti oli Yhdysvaltoja tiiviimmin yhteydessä hyvinvointivaltion kehitykseen. Tutkimus osoittaa, että Marimekko sai vaikutteita unisex-suunnitteluunsa niin Yhdysvalloista kuin Ruotsistakin, mutta toisaalta Marimekko vei unisex-vaatteiden eetosta myös maailmalle. Marimekon unisex-suunnittelulla oli selkeitä yhtymäkohtia 1960–1970-lukujen ruotsalaiseen unisex-suunnitteluun.</p> <p>Marimekko otti kantaa vallinneisiin sukupuolikäsityksiin jo 1950-luvulla, pyrkien vaatteillaan sekä mainoskuvastollaan esittelemään uudenlaista naiseutta ja mieheyttä kyseenalaistaen konservatiivisia sukupuolirooleja. Marimekko loi ensimmäisen unisex-vaatteensa periaatteessa jo vuonna 1956, mutta Vuokko Nurmesniemen suunnittelema <i>Jokapojava</i> tuli unisexia vasta käytössä. Annika Rimala suunnitteli ensimmäisen kokonaisen unisex-malliston, <i>Tasaraidan</i>, vuonna 1968.</p> <p>Marimekon unisex-muoti liittyi samaiseen utopioiden jatkumoon, jota yrityksen 1960-luvun Marikylä-ihanneyhteisön hankekin edusti. Marimekon unisex-muoti kumpusi laajemmasta hyvinvointivaltion estetiikasta sekä hyödynsi pohjoismaiselle muotoilulle ja arkkitehtuurille ominaisia piirteitä. Sekä kansainvälisesti että Suomessa unisex-muoti toi pysyvämpiä muutoksia naisten pukeutumiseen. Miesten ekspressiivinen, väreillä ja materiaaleilla ilotteleva muoti jäi lyhytikäiseksi. Aineistosta löytyneet kuvat miehistä pitkissä yömekoissaan olivat ohimenevän ilmiön heijastumia. Marimekon unisex-muodin yleisilme oli minimalistinen, graafinen ja hillitty. Rönkyilevämpi, väriloistokas ja eri kuosein kyllästetty muoti oli varattu naisille. Marimekon unisex-muodin erityisyyksiä olivat sen synnyn varhainen ajankohta, ohjelmallisuus, esikuvallisuus ja pitkäkestoisuus. Marimekon unisex-muodin pääsuunnittelijoita olivat Annika Rimala (Marimekolla 1960–1982) ja Pentti Rinta (Marimekolla 1969–1987).</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords unisex; muoti; Marimekko; Vuokko Nurmesniemi; Annika Rimala; Pentti Rinta; Liisa Suvanto; Katsuji Wakisaka; Sighsten Herrgård; Mah-Jong			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Keskustakampanin kirjasto			

Tasa-arvon univormut

Marimekon unisex-muoti 1960–1970-luvuilla

1 Johdanto	1
1.1 Tutkimuskysymykset ja aineistot	2
1.2 Näkökulmat ja käsitteet	5
1.3 Marimekko: suomalaisen designvaatteen synty	9
2 Muoti yhteiskunnallisena vaikuttajana	13
2.1 Sukupuolitettu muoti	14
2.2 Suomalaisen muodin suunta sodan jälkeen	17
2.3 Unisex ja 1960-luvun murros	20
3 Hyvinvointivaltion estetiikkaa	26
3.1 Pohjoismainen hyvinvointivaltion aate	26
3.2 Hyvinvointivaltion arkkitehtuuri ja muotoilu	28
3.3 Marimekko suhteessa pohjoismaiseen unisexiin	32
3.4 Marimekkoa ”vauvasta vaariin”	34
3.4.1 Unisex tasa-arvon vaatetuksena	34
3.4.2 Sukupuolia ja sukupolvia yhdistävä unisex	40
3.4.3 Unisex utopiana	42
4 Marimekon unisex ja sukupuoli	46
4.1 Marimekon uusi nainen	47
4.2 Miesten Marimekko	55
5 Lopuksi	65
Lähteet ja kirjallisuus	70
Kuvaliite	77

Kannen kuva: Pentti Rinnan Kuski-puku ja Muunto-kauluspaita vuoden 1973 kevätmallistosta.

1 Johdanto

Marimekko ja sen toteuttamat vaatteet ovat ajan kuluessa muotoutuneet suomalaisiksi sukupolvia yhdistäväksi kokemukseksi. Marimekon tuotteet ovat jo vuosikymmeniä näkyneet kodeissa erilaisina tekstiileinä ja katukuvan täyttävissä marivaatteissa. Marimekosta puhuttaessa jokaiselle suomalaiselle piirtyy mieleen jokin kuva, oli se sitten yhdistävä perhekokemus lapsuudesta tai uudempaan tuotantoon liitetty kansainvälisesti seuratun huippumuodin leima.

Vuonna 1951 perustettu Marimekko oli alkuvuosikymmeninään suomalaisen muodin edelläkävijä, tärkeä vientiyritys ja suomalaisen pukeutumisen mullistaja. Tekstiilisuunnittelija Armi Ratian (1912–1979) luotsaama yritys pyrki uudistamaan vaatemallistoillaan naisten pukeutumisessa vallinneita trendejä. Ratia halusi jättää taakseen toimintaa rajoittavat, 1950-luvulle tyypilliset kireälinjaiset naisten vaatteet ja tuoda markkinoille vaihtoehtoisia, malliltaan väljiä mekkoja. Selkeä, uudismielinen linja jatkui, kun 1960–1970-luvuilla vaateyrityksen suunnittelun keskiöön tuli vaatteiden käytännöllisyyden korostus. Marimekon alkutaivalta on kuvailtu suomalaisen muodin ”visuaaliseksi käännekohdaksi”, missä uudet muodot ja räiskyvät värit syrjäyttivät sodan jälkeisen harmauden.¹

Suomen 1960–1970-lukuja kuvastavat hyvinvointivaltion rakentaminen, yhteiskunnan tasa-arvoistuminen ja sen konkretisoituminen lainsäädännössä, eurooppalaisen opiskelijaradikalismin mukanaan tuoma aatteellisuus sekä Urho Kekkosen vuosikymmenten yli jatkunut presidenttikausi. Kansainvälisesti aikakausi synnytti uutta estetiikkaa ja ideologioita, niin aateilmapiirin muutoksen kuin teknologiakehityksenkin myötä. Vuosikymmenten aikana tapahtunut demokratioituminen vaikutti asumiseen, kulutuskulttuurin kehittymiseen ja siten aikakauden muotiin sekä muotoiluun. Samassa kulttuurisessa ilmapiirissä syntyi marimekkolainen unisex-muoti tarjoamaan samanlaisia vaatteita sekä naisille että miehille.

Tutkimukseni kohteena on Marimekon suunnittelema unisex-muoti 1960–1970-luvuilla. Unisex-vaatteet tulivat muotiin kansainvälisesti sekä Suomessa 1960-luvun lopulla ja laajemmin 1970-luvulla.² Vaikka tämä tutkimus keskittyy 1960–1970-luvuille, otan huomioon myös Vuokko Nurmesniemen (s. 1930) suunnitteleman *Jokapoika*-paidan (1956), joka oli edellä aikansa syntyessään ennen unisex-muodin kansainvälistä suosiota, ja antoi lähtölaukauksen Marimekon unisex-vaatteiden suunnittelulle. *Jokapoika*-paitaa ei ole pidetty yksinomaan unisex-vaatteena, mutta argumentoin tutkimukseni analyysiluvuissa tämän käsityksen puolesta

¹ Tarschys 1986, 101.

² Paoletti 2015, 4.

kuvallisten ja kirjallisten aineistolähteiden avulla. Nykypäivänä Marimekon tunnetuin unisex-mallisto on Annika Rimalan trikookankaasta valmistettu *Tasaraita*-mallisto (1968), jossa samalla eri väreissä saatavilla ollut raitakuosi toistui yöpaitamekoista T-paitoihin ja alusvaatteisiin.³

Käsittelen tutkimuksessani suomalaista unisex-pukeutumista kohdentaen Marimekkoon, ja analysoin millä tavalla unisex esitti vallitsevia käsityksiä naiseudesta ja mieheydestä. Unisex-aate lievensi muun muassa sosiaalista hierarkiaa ja tasapäisti ulkoisesti sukupuolten välisiä suhteita. Esimerkiksi 1970-luvun suomalaisten lasten pukeutumisessa suositettiin unisex-vaatteita, jotka kuvastivat reippautta ja tasa-arvoa. Sukupuolittavaa jakoa tyttöjen vaaleanpunaisiin ja poikien vaaleansinisiin vaatteisiin ei suosittu vuosikymmenen lastenkasvatuksessa.⁴ Toisaalta aikakauden lastenkasvatus oli edelleen sukupuolittavaa, eikä unisex-ajattelu aina ulottunut paljoa pukeutumista pidemmälle.⁵

Marimekon sukupuolineutraalit vaatemallistot olivat merkittäviä paitsi tasa-arvoideologian ilmentyminä myös kansainväliseen muotiin jälkensä jättäneenä vaikuttajana. Tutkimus on ajankohtainen aikamme tasa-arvokeskustelun huomioiden.⁶ Aiheen ajankohtaisuudesta kertoo sekin, että syksyllä 2016 Marimekko otti uudelleen mallistoonsa 1960–1970-luvuilla suunniteltuja vaatteita, kuten myös tämän tutkimuksen kohteena olevia unisex-vaatteita. Keväällä 2017 Marimekko uudisti 1960-luvun lopulla syntyneen *Tasaraita*-unisex-malliston ”tasa-arvon raita” -kampanjalla.⁷ Mallisto juhlii tämän tutkimuksen julkaisuajankohtana 50-vuotista taivaltaan.

1.1 Tutkimuskysymykset ja aineistot

Tarkastelen tutkimusaineiston ja -kirjallisuuden avulla, mistä ja miten unisex-muodin aatteet ovat kulkeutuneet Marimekolle. Vastaan tutkimusaineistojen avulla kysymyksiin, miten Marimekon 1960–1970-lukujen unisex-muoti hyödynsi ja tuotti suomalaisen hyvinvointivaltion ajan aateilmapiiriä sekä miten se ilmensi naiseutta ja mieheyttä.

³ *Tasaraita*-paitoja oli 1980-luvulla toteutettujen laskelmien mukaan myyty jo muutama kappale jokaista suomalaista kohden. Sarantola-Weiss 2008, 132.

⁴ Ibid., 53.

⁵ Esim. Korkiakangas 2003, 418–419; Lahelma 1990, 16. KTL/HY.

⁶ Vuonna 2018 on puhuttu kiivaasti esimerkiksi laajasta seksuaalisen häirinnän ilmiöstä, joka on keskittynyt etenkin naisiin. Sosiaalisesta mediasta lokakuussa 2017 liikkeelle lähtenyt *#metoo*-kampanja on laajentunut herättämään keskustelua sukupuolten välisestä tasa-arvosta ja yhteiskunnallisista valtarakenteista.

⁷ ”Tasaraita – tasa-arvon puolesta.” Marimekon internetsivut.

Luvussa kaksi tarkastelen pukeutumisen ja sukupuolen suhdetta, edeten sukupuolitettujen muodin historiasta kohti vaihtoehtoisempaa ja vallankumouksellisempaa pukeutumiskäsitystä. Taustoitin unisexin käsittelyä muodin historialla tarkastellakseni 1960-luvun murroksen merkityksiä ja suuruutta. Lisäksi tarkastelen suomalaisen muodin historiaa pystyäkseni asemoimaan Marimekon aikakauden tapahtumat laajempaan kontekstiin.

Luvussa kolme vastaan tutkimuskysymyksiin Marimekkoon vaikuttaneen unisex-muodin alkuperästä, hyvinvointivaltion aatteesta kumpuavasta tasa-arvosta ja sen vaikutuksista Marimekon suunnittelulle. Luvussa neljä tarkastelen marimekkolaisen unisex-muodin ja sukupuolen suhdetta. Analyysiluvuissa vastaan apukysymyksiin, mitä unisex-muoti kertoo pukeutujastaan ja minkälaisia viittauksia ajankohtana esiin nousseisiin feministisiin ja tasa-arvokysymyksiin pukeutumisesta on luettavissa. Analysoin, miten Marimekon unisex-muoti kuvasti aikansa yhteiskunnallista ilmapiiriä ja mukaili aikansa esteettisiä trendejä.

Tutkimukselleni keskeiset aineistolähteet ovat löytyneet Marimekon ja Designmuseon arkistoista Helsingissä sekä Nordiska museetin ja Kungliga Bibliotekin arkistoista Tukholmassa. Olen saanut apua aineiston keräämisessä kultakin taholta sekä neuvoja Marimekko-asiantuntijoilta.⁸ Marimekon oma arkisto kattaa yrityksen koko historian, mutta ilman vakinaista arkistonhoitajaa arkistossa on epä johdonmukaisuutta sekä kronologiassa että lajitteluperusteissa ja puutteita arkistotiedoissa. Lisäksi Armi Ratian toimintatavoista johtuen asiakirjoja arkistoituihin ja kattavia toimintakertomuksia tehtiin vasta vuodesta 1973 lähtien, jolloin yhtiö listautui Helsingin pörssiin.⁹ Tämä on vaikeuttanut yrityksen alkuvuosikymmenien tapahtumien selvittämistä, ja siksi sekä tutkimuksen aineistolähteissä että tutkimuksessa käytettyjen kuvien lähdetiedoissa on puutteellisuuksia. Marimekon arkistossa olen tarkastellut yrityksen asiakirjoja, lehtileikkeitä, valokuvia, suunnittelijoiden säilyneitä luonnoksia, myyntikatalogeja ja mainoksia. Valmiit vaatteet eivät kuulu tämän tutkimuksen aineistoon, vaan tutkin unisex-vaatteita luonnosten, aikalaistekstien ja -kuvien avulla.

Designmuseo arkistoi muotoilun ja siten myös muodin historian merkittävien toimijoiden töitä, lehtileikkeitä sekä alan tutkimuksia. Tutkimuksessa on käytetty apuna myös Designmuseon

⁸ Haluan kiittää graduni ohjaajaa Elina Räsästä ja taidehistorioitsija Susanna Aaltosta neuvoista, kannustuksesta ja ideoista, jotka veivät työtäni merkittävästi eteenpäin. Lisäksi kiitoksen ansaitsee Marimekon suunnitteluosaston päällikkö Petri Juslin, joka on ollut yhteyshenkilöni Marimekon puolelta. Hänen kanssaan käydyt keskustelut valottivat yrityksen historiaa ja avasivat työn kannalta mielenkiintoisia uusia näkymiä.

⁹ Vainio 2015, 29. Marimekon raportointivaatimukset muuttuivat pörssiin listautumisen myötä.

internetsivujen Marimekko-verkkonäyttelyä, johon on arkistoitu tietoja ja kuvia mallistoista yrityksen koko historian ajalta.¹⁰

Tutkimuksessa aikalaiskuvat ovat tärkeitä lähteitä selvitettäessä Marimekon unisex-muotia. Käytän tutkimuksessa kuva-analyysiä, jonka avulla tarkastelen unisex-vaatetuksen piirteitä.¹¹ Lisäksi olen tutkinut Marimekon aikakauden suunnittelua asiakirjojen ja tutkimusten lähiluvun avulla sekä tutustunut vaatetalon unisex-suunnittelijoiden haastatteluihin.

Helsingissä kerätty tutkimusaineisto koostuu Marimekon arkiston lehtileikekansioista vuosilta 1951–1979, myyntikatalogeista vuosilta 1971–1979, Designmuseon arkiston Marimekkoa koskevasta kuva-arkistosta ja muotoilijarekisterin haastatteluista. Tukholman Nordiska museetista kerätty aineisto kattaa vaatesuunnittelija Sighsten Herrgårdin (1943–1989) sekä vaateyritys Mah-Jongin (1966–1976) leike-, kuva- ja asiakirja-arkistot. Kungliga bibliotekista kerätty aineisto koostuu unisexia, Marimekkoa, Mah-Jongia ja Herrgårdia käsittelevistä lehtiartikkeleista 1960–1970-luvuilta. Tukholman arkistoaineistojen avulla perehdyn tarkemmin pohjoismaisen unisexin piirteisiin ja tarkastelen, tapahtuiko Ruotsissa samanaikaisesti Marimekon unisex-muodin kaltaisia ilmiöitä.

Teen kvalitatiivista tutkimusta ja kokoaan tutkimusaineistostani tapausesimerkkejä. En rakenna tutkimusta Marimekon unisex-suunnittelijoiden ympärille, vaan lähestyn aineistoani suunnittelijälähtöisyyden sijaan tapauskohtaisesti. Esittelen kuitenkin lyhyesti tutkimusaiheeni kannalta olennaiset suunnittelijat ja toimijat. Marimekolla unisex-vaatteita suunnittelivat Annika Rimala (1936–2014), Pentti Rinta (s. 1946), Liisa Suvanto (1910–1983) sekä Katsuji Wakisaka (s. 1944).¹²

Keskityn tutkimuksessa käsittelemään esimerkkimallistoja ja -vaatteita niiden aikalaiskontekstissa, vaikka osa vaatteista on edelleen yhtiön klassikkovaate-mallistoissa. Monet tuotannossa säilyneet vaatteet ovat kokeneet mittavia muutoksia ensimmäiseen mallistoon verrattuna, kuten esimerkiksi *Tasaraita*-mallisto, jota on modernisoitu ja se on suunnattu nykypäivänä vahvemmin naisille.

¹⁰ Sivustolla vaatteita pystyy etsimään eri hauilla: vaateen suunnittelijan, vaatemallin nimen, vuosikymmenen ja kankaan kuvion aiheen perusteella. Verkkonäyttely on auttanut varmistamaan tutkimuksessa löytyneiden esimerkkimallistojen ja -vaatteiden syntyäikoja, kankaita, vaatteiden nimiä ja suunnittelijoita.

¹¹ Kuva-aineistoni koostuu pääosin lehtiartikkelien kuvista ja kuvituksista. Armi Ratia ei halunnut alkuaikojen Marimekolle kuluttajille teetettyjä katalogeja; vasta 1970-luvun alusta löytyy Marimekon arkistosta jälleenmyyjille ja sitoutuneimmille asiakkaille toisinaan annettuja vihkosia, johon oli koottu kuvia ja kangasnäytteitä mallistoista. Petri Juslinin suullinen tiedonanto tekijälle 24.11.2016.

¹² Maria Härkäpään sähköpostiviesti tekijälle 30.5.2016.

1.2 Näkökulmat ja käsitteet

Tutkimuksessa hyödynnän kahta teoreettista näkökulmaa, joista ensimmäinen kohdistuu muodin yhteiskunnallisiin merkityksiin. Keskityn muotiin sukupuolittavana konstruktiona, huomioiden niin valtavirtamuodit ja -kulttuurit kuin niiden vaihtoehdot historiassa. Toinen näkökulma tarkastelee pohjoismaista hyvinvointivaltion ideologiaa suomalaisen 1960–1970-lukulaisten estetiikan pohjavireenä.

Tutkimuksen näkökulmista ensimmäinen ammentaa taidehistoriasta ja sukupuolentutkimuksesta, jälkimmäinen aiemmin mainittujen lisäksi kulttuurihistoriallisista tutkimuksista. Teoriakirjallisuus jakautuu ulkomaiseen sukupuolentutkimuksen, taidehistorian ja muodintutkimuksen kirjallisuuteen, sekä toisaalta suomalaisiin kulttuurihistoriallisiin tutkimuksiin, jotka taustoittavat suomalaista yhteiskunnallista kontekstia 1960–1970-luvuilla. Käyttämäni tutkimuskirjallisuus on suurimmaksi osaksi suomalaisen designin historiaa, näyttelyjulkaisuja ja Marimekkoa käsittelevää aiempaa tutkimusta. Marimekkoa ja sen yrityshistoriaa on tutkittu laajasti eri näkökulmista muun muassa taidehistorioitsijoiden, toimittajien ja taloustieteilijöidenkin toimesta.

Muodintutkija Valerie Steele painottaa, että tutkittaessa muotia täytyy huomioida aina sen ajan kohta. Kulttuurillinen ja historiallinen konteksti kertovat ajan pukeutumisen merkityksistä, tavoitteista ja ideoista. Esimerkiksi naisten muodin tutkimuksessa pukeutumisen historia kytkeytyy miehiä selvemmin heihin kohdistuneisiin asenteisiin ja yhteiskunnan asettamiin rajoituksiin. Pukeutumisen muutokset ja rajoitteiden vastustaminen liittyvät täten suoraan naisten vapautumisen historiaan. Muoti on aina heijastanut vahvasti ajan kauneushanteita ja toisaalta moraalista ilmapiiriä sekä yhteiskunnan arvoja.¹³

Tutkimuksessa perehdyn Marimekon 1960–1970-luvuilla luomaan unisex-muotiin yhteiskunnallisena ilmiönä ja analysoin muodin ominaispiirteiden lisäksi unisex-pukeutumisen vaikutuksia yhteiskuntaan. Pohdin, minkälaisia muutoksia unisex-muoti tuotti ajan ilmapiirissä, miten se heijasteli ajan poliittisia asenteita ja vaikutti käsityksiin sukupuolirooleista. Tutkimuksen tarkoituksena ei ole purkaa naiseuden ja mieheyden käsitteitä, vaan analysoida sukupuolten representaatioita kuva-analyysin keinoin. Tutkimuksessa on täytynyt harjoittaa erityistä huolellisuutta ja varovaisuutta, ettei tee vääriä oletuksia kuvan henkilöiden sukupuolista. Unisex asettaa haasteita kuvan luennalle ja toisaalta monipuolistaa sitä. Muodin

¹³ Steele 1997, 1.

muutokset 1960–1970-luvuilla toivat naisten ja miesten muotia lähemmäksi toisiaan, mikä toisinaan hankaloittaa kuvien tulkintaa.

Kuva-analyyseissa keskityn vaatteiden rooliin. Olen tarkastellut kuvien sommitelmaa, värejä, henkilöiden välisiä suhteita ja asentoja. Unisex-vaatteiden määrittelyt nojaavat tutkielmassa pitkälti vaatekokoon, malliston samankaltaisuuksiin ja vaateen mallin tarkasteluun. Tutkin, minkälaisia samankaltaisuuksia sekä miesten että naisten päällä nähtävissä vaatteissa on ja toisaalta, onko malleissa tai niiden olemuksessa joitakin eroavaisuuksia sukupuolesta riippuen.

Suunnittelijoiden tavoitteissa ja käytännön toteutumisessa saattoi olla eroavaisuuksia. Huomioin, minkälaiseksi vaate oli suunniteltu ja toisaalta millaiseksi se muovautui käytössä. Lopulta vaatteista tuli unisexia vasta käytössä: kuluttajilla oli suuri merkitys, mitkä vaatteet otettiin käyttöön sukupuolineutraalisti. Aiheen laajuuden vuoksi olen kuitenkin jättänyt pois perusteellisemman analyysin unisex-muodin käytöstä ja käyttäjistä, mikä jättää hedelmällisen pohjan aiheen jatkotutkimukselle.

Taidehistorian alalla vaatteita ja pukeutumista ovat tutkineet muun muassa Riitta Pylkkänen ja Paula Hohti painottuen pukuhistoriaan sekä Annamari Vänskä, erikoistuen tutkimuksissaan muodin ja sukupuolen suhteen tarkasteluun. Aiemmin pukeutumisen tutkimus on ollut historiaan painottuvaa, mutta nykyään tutkimus on osa laajempaa muotoilun ja tekstiilitaiteen tutkimusta.

Unisex-muotia on tutkittu vähän, ja varsinkin suomalaisesta näkökulmasta on vaikea löytää tietoa muoti-ilmiön laajuudesta ja sen ominaispiirteistä. Kattavin tutkimus unisex-muodista ja sen tausta-aatteesta on yhdysvaltalaisen muodintutkijan Jo B. Paolettin *Sex and Unisex: Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution* (2015). Unisexia onkin tutkittu aiemmin lähinnä yhdysvaltalaisesta positioista. Aikakauden muotia käsitellään monessa eri muodintutkimuksen ja sukupuolentutkimuksen teoksessa, joista monessa unisex-muoti mainitaan, mutta usein vain lyhyesti. Aiemman tutkimuksen vähäisyyden vuoksi rakennan kuvan unisex-ilmiöstä pohjaten kansainvälisiin esimerkkeihin, samalla hahmotellen suomalaisen unisex-muodin erityispiirteitä Marimekkoa koskevan kirjallisuuden avulla. Tämä tutkimus on sekä ensimmäinen suomalainen unisex-muodin että yhden brändin unisex-muotiin fokusoiva kattavampi tutkimus.

Käytän tutkimuksessa unisex-käsitettä kuvaamaan sekä naisille että miehille suunniteltuja vaatteita. Unisex-käsitettä muodin yhteydessä käytti tiedettävästi ensimmäisinä yhdysvaltalainen *Pocono*-aikakauslehti vuonna 1966 ja *LIFE* vuonna 1968 huomioidessaan nuorison

keskuudessa yleistynyttä unisex-tyyliä.¹⁴ Suomessa on käytetty myös kirjoitusmuotoa ”uniseksi” tai ”uniseksiasu” puhuttaessa miesten ja naisten yhtenevästä muodista.¹⁵ Tässä tutkimuksessa käytän käsitteen virallisempaa muotoa ”unisex”. Unisexillä voidaan tarkoittaa esimerkiksi täysin samanlaista vaatemallia sekä miehelle että naiselle. Unisex voi myös tarkoittaa, että vaatteen kuosi tai idea on sama, mutta toteutusvaiheessa naisten ja miesten vaatemallit eriytetään. Unisex ei välttämättä tarkoita, että koko vaatekokonaisuus olisi samanlainen kaikille sukupuolille, vaan kyse voi olla yhdestäkin vaatekappaleesta. Sovellan käsitteen eri merkityksiä Marimekon luomiin unisex-mallistoihin ja pohdin, minkälaista unisexia Marimekko tuotti. Otan huomioon tutkimusaineistojeni ajallisen kontekstin sekä käsitteen silloiset merkitykset. Lisäksi huomioin, että unisex-muotia oli jo ennen 1960-lukua, mutta siitä puhuttiin eri käsittein tai siihen ei kiinnitetty samalla tavalla huomiota.

Käytän tutkimuksessa utopia-käsitettä käsitellessäni Marimekon idealistisia ja optimistisia hankkeita sekä suunnittelua. Analysoin unisex-muotia yhtenä Marimekon utopioista luvussa 3.4.3 ja pohdin, miten unisex liittyi yrityksen käsityksiin ihanneyhteiskunnasta.

Muodista puhuessani tarkoitan tässä tutkimuksessa klassista muodin määritelmää, josta esimerkkeinä toimivat saksalaisen sosiologi ja filosofi Georg Simmelin klassikkoteos *Muodin filosofia* (1904) sekä ranskalaisen sosiologi ja kulttuuriantropologi Pierre Bourdieun muodin teorian.¹⁶ Simmel yhdistää muodikkuuden moderniuuteen, jolloin muoti koetaan usein ”nykyisenä”, vallitsevana pukeutumistendenssinä, ja muoti suhteutuu siten aina aiempaan pukeutumiseen. Simmelin mukaan muodin suunnittelijat toimivat sosiaalisten tarpeiden tulkkeina ja esimerkiksi muuttunut kulttuurinen ilmapiiri vaatii uudenlaisia muoteja. Muoti on täten vahvasti kiinni omassa ajassaan.¹⁷ Simmel määrittelee teoksessaan muodin ”ohimeneväksi” ja toisaalta ”sosiaalisesti muodoksi, joka on kahden vastakkaisen tendenssin tilapäinen sovitin”, joista esimerkkinä voisi mainita muodin välineenä sulautua ryhmään ja vastavuoroisesti siitä erottautumisena.¹⁸ Esimerkiksi pukeutumalla Marimekkoon kuluttaja siis sekä kategorisoitui ”marimekkolaiseksi” että erottautui olemuksellaan muista, jotka eivät näin tehneet.

Samalla tavalla Bourdieu määrittelee muodin erottautumiseksi, distinktioksi, ja käsittelee muotia aina viimeisimpänä erottautumisena. Bourdieun mukaan alemmat sosiaaliluokat jäljittelevät ylempiään, kun taas ylemmät sosiaaliluokat pyrkivät puolestaan erottautumaan alemmistaan.

¹⁴ ”Unisex.” *Oxford English Dictionaryn* internetsivut.

¹⁵ Esim. Grönros et al. 2007 [2006], 442.

¹⁶ Esim. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (1979).

¹⁷ Simmel 1986 [1904], 14.

¹⁸ Ibid., 12–13.

Bourdieu jakoi luokan ja muodin yhteyden kahdenlaiseen pääomaan, taloudelliseen ja kulttuuriseen, joista ensimmäisen mittarina on rahallinen arvo, kun taas jälkimmäisen status ja sosiaalinen arvo. Kulttuurista pääomaa rakennetaan bourdieulaisittain elämäntapavalinnoilla, kuten muodin kuluttamisella.¹⁹

Marimekko markkinoi vaatteitaan ”antimuotina” 1970-luvulla, mutta tutkimuksen kirjoittamisen helpottamiseksi käytän myös muoti-termiä liittääkseni Marimekon unisex-ilmion osaksi laajempaa muodin diskurssia.²⁰ Marimekko julisti edustavansa antimuotia asemoidakseen itsensä keskiluokkaisen muodin ja elämäntavan vaihtoehdoksi. Marimekolla oli halu erottautua Pariisin kaltaisista, elitistisiksi koetuista muodin keskuksista – mallistojen julkaisuaikataulukin suunniteltiin siten, että Marimekko ehti ennen Pariisin tulevien muotien julkistusta.²¹ Julistuksella saatettiin myös koskella nuoria kuluttajia, jotka olivat kiinnostuneita alakulttuurista juontuvista ”antimuodeista”, kuten punkista ja hippiliikkeestä.²²

Mielestäni muodin käsitteen käyttö tässä tutkimuksessa on perusteltua, sillä koen Marimekon tuottamien vaatteiden osuvan edellä mainittuihin klassisten muodin määritelmien asettamiin raameihin. Vaikka Marimekko halusikin tietoisesti erottautua vaatesuunnittelusta taiteena ja palauttaa vaateen aseman yksinkertaisena käyttöesineenä, seurasi se silti aikaansa ja muotisuunnittelulle asetettuja tarpeita, kuten sosiaalista tilausta. Marimekolla oli tapana kääntää muodin ja designin normit pääläelleen, sekä erottautua muista omaleimaisella suunnittelulla. Tuolloin puhuttiin radikaalisti antimuodista, mutta tosiasiaassa Marimekko antoi pikemminkin vaihtoehdon muulle suomalaiselle muodille erottautuen muista niin suunnittelussa kuin ideologisestikin.²³

Marimekon suunnittelua hallitsi varsinkin Armi Ratian aikana vahva elämäntapa-ajattelu, mikä näkyi suunnittelun kokonaisvaltaisuutena, Marimekon elämäntavan omaksuneen asiakaskunnan synnyssä ja vahvana ryhmäsidonnaisena muotina. Marimekon vaatteet olivatkin suuressa suosiossa esimerkiksi kulttuuriväen keskuudessa.²⁴ Marimekkolainen elämäntapa näyttäytyy siis bourdieulaisittain haluna sulautua osaksi Marimekon kuluttajaryhmää ja täten erottautua muista.

¹⁹ Bourdieu 1984 [1979], 198–225.

²⁰ Sarantola-Weiss 2008, 133; Ratia 1986, 28. Myös unisexista saatettiin puhua antimuotina, sillä se teki tyhjäksi muodin perinteiset konventiot, kuten vaatteiden sukupuolittamisen.

²¹ Turunen 2004, 4; Ratia 1986, 28.

²² Sarantola-Weiss 2008, 79.

²³ Wiikeri 1986, 34.

²⁴ Esim. Maunula 2000, 10; Vainio 2015, 63–64.

1.3 Marimekko: suomalaisen designvaatteen synty

Kirjailija Tuula Saarikoskea mukaillen Marimekko syntyi kangaspainosta: ”Marimekko-yhtiö syntyi kangaspainon pariaksi. Lähtökohta oli siis kangas, kaikki erilaiset asiat jotka liittyvät kankaan käyttöön, kaikki tilanteet, joissa kangas on tarpeen, koko verhoutuminen.”²⁵ Viljo Ratian vuonna 1949 perustama Printex valoi pohjan Marimekolle. Pieni kangaspaino työllisti nuoria suomalaisia taiteilijoita, jotka suunnittelivat värikkäitä, moderneja, nonfiguratiivisesti kuvioituja kankaita, tosin alun perin vain sisustuskäyttöön. Hänen vaimonsa Armi Ratian idea käyttää kankaita myös naisten mekoissa johdatteli uuden yhtiön perustamiseen. Ensimmäisen muotinäytöksen muotisalonkitaiteilija Riitta Immosen Printexin kankaista suunnittelemat mekot myytiin ”lähes suoraan mallien päältä”.²⁶ Muutama päivä Helsingin Kalastajatorpalla järjestetyn muotinäytöksen jälkeen Marimekko Oy merkittiin kaupparekisteriin.²⁷

Marimekko keskittyi 1950-luvulla lähinnä naisten ”marimekkojen” suunnitteluun. Yhtiö oli ensimmäinen suomalainen vaatetehdas, joka palkkasi vakituisia suunnittelijoita. Erityistä oli myös, ettei yhdelläkään Marimekon alkuvuosien suunnittelijoista ollut muotitaiteilijan koulutusta.²⁸ Kuten kulttuurihistorioitsija Minna Sarantola-Weiss on todennut, Marimekko harjoitti uudenlaista designajattelua: ”Marimekko nimittäin sijoittui pikemmin muotoilun ja taideteollisuuden kuin muodin kentälle, vaikka sisustaminen ja pukeutuminen sinänsä ovatkin tyypillisesti sidoksissa muodin vaihteluihin.”²⁹

Tekstiilisuunnittelija Maija Isolan (1927–2001) lisäksi alkutaipaleen tärkeimpiä suunnittelijoita oli keraamikon koulutuksen saanut Vuokko Nurmesniemi³⁰ (Marimekolla 1953–1960). Alun perin Nurmesniemi teki suurikuvioisia painokankaita, joista hän ompeli omaan käyttöönsä vaatteita. Armi Ratia vaistosi Nurmesniemen tekemissä erikoisissa vaatteissa olevan potentiaalia myyntituotteiksi ja halusi ottaa ne mukaan vaatetalon mallistoon. Uttu Nurmesniemen suunnittelussa oli, että hän suunnitteli vaatteen lisäksi siinä käytetyn painokankaan.³¹ Hänen suunnittelemansa vaatteet olivat selkeitä ja klassisia marivaatteita, joista tuli sittemmin

²⁵ Saarikoski 1986, 43.

²⁶ ”Historia.” Marimekon internetsivut.

²⁷ Ratia 1986, 23–29.

²⁸ Wiikeri 1986, 35.

²⁹ Sarantola-Weiss 2008, 133.

³⁰ Tässä tutkimuksessa käytän suunnittelijasta nimeä Vuokko Nurmesniemi. Suunnittelija tunnetaan myös taiteilijanimellään Vuokko ja koko nimellä Vuokko Eskolin-Nurmesniemi.

³¹ Almay & Lappalainen 1996, 57–58.

yhtiön valtti.³² Nurmesniemi loi muun muassa muotitalon ensimmäisen miesten vaateen, *Piccolo*-kankaasta (1953) valmistetun *Jokapoika*-paidan vuonna 1956.

Vuosikymmenen lopussa voimakastahtoisina naisina tunnetut Vuokko Nurmesniemi ja Armi Ratia riitaantuivat Marimekon suunnasta. Nurmesniemi halusi vaalia yhtiön tuottamaa minimalistista linjaa sitoutumalla modernismiin sekä pelkistettyihin muotoihin, kun taas Ratia halusi laajentaa yhtiön valikoimaa muihinkin tuotteisiin.³³ Nurmesniemen tilalle palkattiin graafista suunnittelua opiskellut Annika Rimala³⁴ (Marimekolla 1960–1982), joka etsi oman vaatesuunnittelunsa tyyliä 1960-luvun alkupuolella. Vuosikymmenen alussa Marimekolle palkattiin myös sisustussuunnittelija Liisa Suvanto (Marimekolla 1963–1975), joka suunnitteli käsinkudotuista kankaista veistosmaisiksi kuvailtuja villamekkoja.³⁵ Taloon palkattiin 1960-luvulla myös kansainvälisiä taiteilijoita, kuten japanilainen tekstiilisuunnittelija Katsuji Wakisaka (Marimekolla 1968–1976). Wakisakan suunnittelussa alkoi erityisesti 1970-luvulla näkyä japanilainen muotokieli ja pukeutumisen seremoniallisuus. Kotimaisten ja ulkomaisten taiteilijoiden yhdistelmässä syntyi uudenlaista suunnittelua, joka irrottautui entisestään kansainvälisistä muotikeskuksista juontuvista muotivaikutteista.³⁶

Marimekon 1960-lukua kuvasti mukautuminen ajan henkeen, tasa-arvoon ja feminismin toiseen aaltoon. Etenkin Annika Rimalan vuosikymmenen tuotokset ajoivat vahvasti sukupuolten välistä ja sosiaalista tasa-arvoa. Vaatteiden tarkoituksena oli olla monikäyttöisiä ja helppohoitaisia, sarjatuotettuina vaatteina ne olivat huokeitakin. Trikoovaatteiden suosiota on selitetty myös niiden edustamalla nuorekkuudella ja yhdistymisellä ajan farkkumuotiin.³⁷

Taustalla oli pitkä muotoilijoiden vahvaa taiteilijapersoonaa ja sankariutta korostava aikakausi, minkä vastareaktionä Rimalan kaltaiset taiteilijat vaalivat suunnittelunsa anonymiteettiä. Rimala halusi luoda *Tasaraidasta* iättömän perusvaateen, joka sopisi kaikenlaisille kuluttajille. Hän koki *Tasaraidan* kaltaiselle ergonomiselle ja anonyymille, sarjatuotettavalle vaatemallistolle olevan sosiaalista tilausta, ja muutti idean tuotteeksi. Suomalaiseen puuvillaan yhdistyivät aikakauden taiteille tyypillinen geometrinen abstraktismin ja puhtauden ihanne. *Tasaraita* sai

³² Markkanen 2015.

³³ Aav et al. 2011, 43.

³⁴ Viittaan tässä tutkimuksessa Annika Rimalaan (synt. Tegengren) hänen viimeiseksi jääneestä avioliitosta ottamallaan sukunimellä, mitä hänestä nykyisin yleisesti käytetään. Marimekon yhteydessä hän on esiintynyt lisäksi nimillä Annika Reunanen ja Annika Piha. Tarschys 2000, 82.

³⁵ Aav et al. 2011, 46.

³⁶ Almay & Lappalainen 1996, 56; Ratia 1986, 28.

³⁷ Annika Rimalan suunnittelussa tavoitteena oli vaate, jota kumpikin sukupuoli pystyisi käyttämään yhdessä farkkujen kanssa. Turunen 2004, 6; Arjavirta et al. 2012, 62.

osakseen myös kritiikkiä: kanta-asiakkaiden mielestä se oli suunnattu liian laajalle yleisölle, eikä se mukautunut enää vaatetalon aiempaan statukseen. Armi Ratiakin suhtautui aluksi varauksella trikoosta valmistettuihin vaatteisiin, sillä ne muuttivat laadukkaiden, käsinpainetuista kankaista valmistettujen vaatteiden aloittaman ylellisen linjan.³⁸ ”Vartalodemokraattisten”³⁹ trikoomallistojen tulo teki kuitenkin Marimekon tuotteista koko kansan vaatteita ja Marimekosta entistä enemmän myös miesten vaatettajan.⁴⁰ Lisäksi trikookankaiset mallistot pyyhkivät pois 1950-luvun ja 1960-luvun alkupuolen vaatteita ympäröineen elitistisyyden.⁴¹

Marimekolla 1960-luvun lopulla aloittanut pukusuunnittelija Pentti Rinta (Marimekolla 1969–1987) hyödynsi vaatesuunnittelussaan elementtiajattelua.⁴² Rinnan suunnittelun ytimessä oli ajatus siitä, että jokainen pukeutuja sai yhdistää vaatemallistojen eri osia kukin omalla tavallaan. Hän suosi suunnittelussaan minimalismia ja yksinkertaisia, usein pieniä kuvioita. Rinta suunnitteli Marimekolle ensimmäisen kokonaisen miesten ja naisten puvun, *Kuskin* (1972).

Yhdysvallat ja Ruotsi olivat Marimekon tärkeimmät vientimaat 1960-luvulla.⁴³ Marimekosta kasvoi 1970-luvulle tultaessa suomalaisen muodin kärkitoimija. Ensimmäiset ulkomaiset lisenssisopimukset solmittiin vuonna 1972 Yhdysvaltojen ja Japanin kanssa. Toinen suuri askel yritykselle oli, kun Armi Ratia vei yhtiön Helsingin pörssiin vuonna 1973, mikä kiihdytti vaatetuotantoa, kysyntää ja yrityksen kansainvälistymistä. Oli aika siirtyä käsinpainetuista kankaista koneelliseen painantaan: uusi Marimekon painotalo avattiin Herttoniemeeseen samana vuonna, mutta vanhanaikaiseksi käynyt käsipaino suljettiin vasta vuosikymmenen lopulla.⁴⁴ Tuona aikakautena Marimekolla suunniteltiin yksinkertaisia käyttövaatteita, jotka erottautuivat 1950–1960-luvuilla tehdyistä räiskyvän värikkäistä vaatteista. Marimekko alkoi panostaa 1970-luvulla entistä enemmän myös miesten vaatteiden suunnitteluun.

Muotitoimittaja Anna-Liisa Wiikeri kirjoittaa *Marimekkoilmiö*-kirjassa (1986) Marimekon asemasta suhteessa muuhun suomalaisen muotiin: ”Kun suurin osa muuta teollisuutta näpersi

³⁸ Tarschys 2000, 82–83.

³⁹ Tarschys 1986, 101; Wiikeri 1986, 34. Marimekko otti suunnittelussaan huomioon nekin, jotka eivät olleet mallien mitoissa. Väljät mekot eivät liiaksi korostaneet vartalon muotoja.

⁴⁰ Maunula 2000, 11.

⁴¹ Turunen 2004, 1–2.

⁴² Ilvessalo & Niemistö 1986, 134.

⁴³ Vainio 2015, 68; Maunula 2000, 11. Marimekon menestystä Yhdysvalloissa edesauttoi myös Jacqueline Kennedy, joka hankki kerralla kahdeksan Annika Rimalan suunnittelemaa Marimekon mekkoa.

⁴⁴ Vainio 2015, 86–90.

ruusujen ja suttuisten kuvioiden parissa, rakensi Marimekko aina mallistonsa kuosit graafisesti niin jänteiksi, puhtaiksi ja selkeiksi, että mekon kuosi ja malli puhuivat samaa kieltä.”⁴⁵

Minimalistisesti suunnitellut, kaikille ikäpolville sopivat unisex-vaatteet olivat 1960–1970-lukujen tunnusomaista Marimekkoa. Tuolloin taideteolliselta muotoilulta vaadittiin kaikille sopivia, tasa-arvoisia tuotteita.⁴⁶ Samoin Marimekon vaatetuotannon ideana oli, ettei vaatteita enää suunniteltu vain tiettyihin käyttötarkoituksiin. Sen sijaan tehtiin vaatteita, joiden käyttötilanteesta pukeutuja itse sai päättää. Eräänlainen yleisvaatteen käsite oli syntynyt.

⁴⁵ Wiikeri 1986, 40.

⁴⁶ Esim. Korvenmaa 2010, 225.

2 Muoti yhteiskunnallisena vaikuttajana

Pukeutumista on klassisesti määritelty kolmen eri tarpeen täyttämisen kautta. Muodinhistorioitsija Madge Garlandin mukaan pukeutumalla on haluttu suojautua (engl. *a need for protection*), peittää itsensä (*a desire for modesty*) ja koreilla (*a love of display*).⁴⁷ Ensin mainitut perustarpeet tyydytettyään on pukeutuminen muovautunut näyttävämpään ja koristeellisempaan suuntaan, kun pukeutumisen tärkeimmäksi tavoitteeksi on tullut oman ulkonäön muokkaaminen.⁴⁸ Ihmisen syvempi kiintymys pukeutumiseen kertoo halusta vaikuttaa omaan keholliseen ilmaisuun; kehon muokkauksella ja muodilla onkin kautta historian ollut selkeä yhteys.

Kukin ajanjakso ja yhteiskunta ovat määritelleet, miten tulisi pukeutua: kuinka paljastavia vaatteet saivat olla, mikä osa kehosta tuli peittää ja kuka sai pukea ylleen mitään vaatemaleja, värejä tai materiaaleja. Muotia luodaan harvoin tarkoituksen mukaisesti, vaan se syntyy eri aikakausien ja sukupolvien siirtymissä. Lisäksi teknologiset ja materiaaliset kehitykset sekä kulttuuriset muutokset ovat vaikuttaneet kunkin ajan muotiin. Aikalaiskonteksti siis määrittää mistä inspiroidutaan, ja toisaalta mitä pystytään tekemään.⁴⁹

Käsittelen tässä luvussa muodin historiaa taustoittaakseni unisex-muodin aikaansaamaa pukeutumisen murrosta. Tarkastelen, miten muodit ovat aina oman aikansa kuvia, jotka ilmentävät vallinnutta kulttuurista ilmapiiriä sekä ajan sukupuolikäsityksiä. Keskityn erityisesti muotiin sukupuolittavana konstruktiona ja pohdin, millä eri tavoilla sukupuoli on aina läsnä muodissa. Paneudun sekä valtavirtamuodin kannattelemiin sukupuolikäsityksiin että muodin vaihtoehtoiseen historiaan. Valtavirtamuodista poikkeavien ilmiöiden keskeisenä yhdistävänä piirteenä on ollut sukupuolinormatiivisten käytäntöjen rikkominen ja niiden kyseenalaistaminen. Myöhemmin pohdin tämän taustoittamisen pohjalta, miten 1960–1970-lukujen unisex-muoti asettui tähän historialliseen jatkumoon.

Arjen kaupallistuessa aina suuremmissa määrin, on muodista tullut suurempi osa elämäämme ja yhteiskuntaamme.⁵⁰ Muoti ei liity nykypäivänä pelkästään pukeutumiseen, vaan kokonaisvaltaisesti elämäntapavalintoihin. Viimeistään 1960-luvulla muodista tuli vahvemmin myös

⁴⁷ Garland 1975, 7; Rubinstein 1995, 16–27.

⁴⁸ Garland 1975, 7.

⁴⁹ Ibid., 7–10.

⁵⁰ Svendsen 2006, 111.

politiikan väline, jota kuvasti esimerkiksi hippien *flower power* -liike, joka toimi rauhan, suvaitsevaisuuden ja tasa-arvon asialla.⁵¹ Pukeutumisella, kuten unisex-vaatteilla, ilmaistiin esimerkiksi poliittisia näkemyksiä ja identiteettiä. Muodissa ei ollut kyse enää pelkästään tietyn estetiikan mukailemisesta, statuksen tai identiteetin ilmentämisestä, vaan sillä pyrittiin rikkomaan vanhoillisia käsityksiä pukeutumisesta ja sukupuolesta.

2.1 Sukupuolitettu muoti

Oman ulkoisen olemuksen ja statuksen lisäksi pukeutumisella on kautta historian ilmaistu sukupuoli. Länsimaissa mies on totuttu tunnistamaan jalkoja myötäilevästä vaateuksesta, kun taas naisen jalat on pyritty peittämään hameen helmalla. Mieheyden symboliksi vakiintui 1800-luvulla univormu, kun taas naiseutta merkittiin pitkähelmaisella mekolla.⁵² Pukeutumisen sukupuolittaminen kasvoi huippuunsa 1800-luvulla ja häikkeni vasta tultaessa 1960-luvulle.

Muodon lisäksi väreillä on sukupuolitettu vaatteita. Vielä ensimmäiseen maailmansotaan saakka vaaleanpunainen oli poikien väri, kun taas sininen merkitsi naiseutta. Punainen koettiin vahvana päättäväisyyden värinä, kun taas sininen symboloi Neitsyt Mariaa ja yhdistyi siten naiseuteen. Värien merkitykset muuttuivat vastakohdikseen toisen maailmansodan jälkeen, jolloin vaaleanpunainen vakiintui tyttöjen väriksi sen merkityksessä siroutta ja herkkyyttä. Sininen taas edusti miehekkyyttä, sen vakiintuessa esimerkiksi univormujen käyttöväriksi.⁵³ Värien historia ja merkitysten muutokset omalta osaltaan osoittavat sukupuolikäsitysten sidonnaisuuden oman aikansa kulttuuriin.

Miesten muoti alkoi 1700-luvun loppupuolella ottaa vaikutteita militaristisista univormuista.⁵⁴ Sotilaiden käyttämät univormut eivät välttämättä olleet kaikista ergonomisin ja suojaavin vaateetus taisteluja ajatellen, vaan tärkeämmäksi koettiin vaateuksen yhdenmukaisuus ja näytävävyys.⁵⁵ Univormusta muodostui uusi maskuliininen ideaali Ranskan suuren vallankumouksen jälkeen, jolloin sitä alkoivat käyttää niin sotilaat kuin siviilitkin. Puvun käyttämisen yhtenä tärkeimpänä tavoitteena oli tehdä selkeä ero naisten pukeutumiseen.⁵⁶ Feminiininen ja maskuliininen asetettiin ääripäihin, mikä vasta enteili 1800-luvulla huipentunutta konservatiivista sukupuolikäsitystä.

⁵¹ Seeling 2001 [1999], 343; Teunissen 2009, 11.

⁵² Paoletti 2012, 65.

⁵³ Vänskä 2012, 98–101.

⁵⁴ Karaminas & McNeil 2009, 118.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid., 117.

Pukeutumisen muotokieli ja suhtautuminen vaatteisiin muuttui: pukeutumisessa pyrittiin pois aristokraattisen ylellisyysmuodin omaavasta elitismistä. Muoti ei ollut enää vain hovien käsissä, vaan tilalle syntyi ulkomuodoltaan ja materiaaleiltaan yksinkertaisempi porvarillisempi muoti. Miesten vaatetuksessa luovuttiin esimerkiksi kirjailluista kankaista, puuteroiduista perukeista ja ornamentaalisista pukumiekoista. Muotiin tulivat rotevat villakankaat ja miesten omien hiusten annettiin olla näkyvillä. Pukeutuminen kuvasti uutta yksinkertaistettua maskuliinisuutta, josta oli karsittu pois kaikki turha koristeellisuus, sillä se miellettiin feminiiniseksi piirteeksi. Vuosisadan aikana muovattiin uusi mieheyden ideaali, joka vaikuttaa vielä nykypäivänkin mieskäsitykseen.⁵⁷

Miesten pukeutumista haluttiin yhdenmukaistaa ja tähän tavoitteeseen puku sopi yksinkertaisuudessaan hyvin. Puvun muotoa sekä materiaalia varioitiin tilaisuuksien ja niiden luonteen mukaisesti, mutta perusmalli ja idea säilyivät samanlaisina vuosikymmenestä toiseen.⁵⁸ Pukeutumisen yhdenmukaistaminen ja massatuotanto tekivät modernista miesten muodista yksitoikkoista. Toisaalta teollistuminen johti hiljalleen yhteiskunnan ja muodin demokratisoitumiseen: entistä useammilla oli varaa hankkia teollisvalmisteisia valmisvaatteita ja ne helpottivat vaatteiden saatavuutta huomattavasti.⁵⁹ Muodintutkija Sharon Peoples’ia mukaillen univormusta ja siihen pohjautuvasta puvusta on historian saatossa muotoutunut modernin miehen symboli.⁶⁰

Samoin kuin miesten muoti, muuttui naisten muoti yksinkertaisemmaksi 1700-luvun loppupuolella erottautuakseen aateliston määräämistä muodeista.⁶¹ Naisten kehoa ja sen esillepanoa pyrittiin silti manipuloimaan monilla tavoilla, kuten korseteilla, helman pituudella ja erinäisillä toppauksilla. Epäergonomiset vaatteet kuvastivat naisten asemaa yhteiskunnassa – fyysikaalisesti rajoittava pukeutuminen määritteli elämää modernissa miesten hallitsemassa yhteiskunnassa.⁶²

Vasta maailmansotien aikana alettiin huomioida naisten vaatteiden toimintaa rajoittavat ominaisuudet ja naisille alettiin suunnitella omia univormuja. Naisten vaatetuksessa alkoi yleistyä

⁵⁷ Black 1975, 227.

⁵⁸ Paoletti 2015, 62.

⁵⁹ Steele 1997, 3.

⁶⁰ Peoples 2014, 7–21.

⁶¹ Black 1975, 231–237.

⁶² Esim. Garland 1975, 9–10; Seeling 2001 [1999], 62. Naisten toimintaa rajoittava pukeutuminen on vaikuttanut esimerkiksi naisten mahdollisuuksiin työssäkäyntiin ja liikkumiseen.

esimerkiksi käytännöllisempi helmapituus: lyhempi pituus ja leveämpi, väljä helma mahdollistivat paremman liikkuvuuden.⁶³ Housuja käytettiin jo ensimmäisen maailmansodan aikana naisten työllistyessä miesvaltaisiin ammatteihin, mutta muutos ei kuitenkaan johtunut muodista, vaan käytännön vaatimuksista. Housujen käyttö hyväksyttiin hiljalleen työvaatteena 1900-luvulla, mutta juhlatilaisuuksiin naisen ei ollut soveliaista saapua pukeutuneena housuihin tai pukuun. Housujen käytön hyväksymisen historia korreloi selvästi naisten vapautumisen kanssa. Nainen on historiassa ollut mieheen nähden tasavertaisemmassa asemassa silloin, kun housut ovat olleet hyväksytty naisten vaate.⁶⁴

Maailmansotien aikaiset käytännön sanelemat pukeutumisen muutokset olivat tosin suurilta osin tilapäisiä. Sodan jälkeen naisten muodilta kaivattiin jälleen värikkyyttä, eleganssia ja sodan kauheudet mielestä pyyhkivää estetiikkaa. Naisten pelättiin muuttuneen ”karskeiksi” sodan aikana sen vaatimien univormujen ja käytännöllisyyttä korostavien vaatteiden myötä.⁶⁵ Ranskalainen muotisuunnittelija Christian Diorin 1950-luvulla luoma, suureen suosioon yltänyt *New Look* oli ultrafeminiinistä ja yliampuva romanttista muotia, joka pyrki muovaamaan naisudesta jälleen ihailtavaa. Dior on sanonut ajan muotisuunnittelustaan seuraavaa: ”I designed clothes for flower-like women, with rounded shoulders, full feminine busts and handspan waists above enormous spreading skirts.”⁶⁶

Kerran saavutetut kehitykset naisten pukeutumisessa purkautuivat siis sodan jälkeisessä ilmapiiressä, jossa tärkeämpänä nähtiin sodasta toipuminen. Ultrafeminiinisyyden vaikutukset näkyivät niin aikakauden populaarikulttuurissa, huippumuodin näyttämöillä kuin arjessakin. Aikakauden muotia hallinneet suunnittelijat olivat lähes poikkeuksetta miehiä.⁶⁷

Muodin historiaan kuuluu olennaisesti myös vaihtoehtoisen pukeutumisen historia, jossa pukeutumisella vastustettiin vallinneita pukeutumis- ja sukupuolikäsityksiä. Vaihtoehtoisten pukeutujien historia liittyy vahvasti oman identiteetin ilmentämiseen⁶⁸ ja Garlandin mainitsemaan pukeutumisen näyttävyyteen. Teollistumisen ja kapitalismin pönkittävä porvaristo muutti yhteiskuntaa ja siten pukeutumiskulttuuria. Esimerkiksi 1800-luvulla pukeutumisen ajateltiin kuvastavan ihmisen persoonaa – olit, mitä puit yllesi.⁶⁹ Pukeutumisen psykologisen

⁶³ Garland 1975, 331.

⁶⁴ Seeling 2001 [1999], 62.

⁶⁵ Steele 1997, 1.

⁶⁶ Siteerattu teoksessa Fogg 2013, 298–299.

⁶⁷ Esim. Annika Rimalan haastattelu vuodelta 1986, 9. DMH.

⁶⁸ Svendsen 2006, 137.

⁶⁹ Garland 1975, 7–10.

puolen korostaminen johti usein ”väärinpukeutujan” leimaantumiseen.⁷⁰ Omalle sukupuolelleen, arvolleen ja kulttuurilleen poikkeavasti pukeutuminen merkitsi ulkopuolisuutta, yhteiskunnallista toiseutta.

Tummemmat värisävyt tulivat miesten muotiin 1700-luvun puolivälissä. Vielä vuosisataa aiemmin värikäs, silkistä valmistettu kukkakuvioinen, pitsillä ja timanteilla koristeltu puku koettiin miehekkääksi.⁷¹ Mikä ennen oli täysin tavanomaista maskuliinista pukeutumista, olikin yhtäkkiä naismaista ja epäilyttävää. Edesmennyttä maskuliinisuutta haikailevat pukeutajat, kuten dandyt, jäivät siten yhteiskunnan marginaaliin.⁷²

Naisdandyt inspiroituivat 1800–1900-luvuilla miesten pukeutumisesta – lähentyen siten unisex-muotia – kun taas miesdandyjen muoti ei juurikaan muistuttanut naisten pukeutumista. Naisdandyt omivat pukeutumisensa maskuliinisiksi miellettyjä piirteitä ja objekteja, kuten laadukkaat puvut, silinterihatun ja monokkelin.

Naisten vaihtoehtoinen muoti usein tukahdutettiin. Muodin historiassa on ollut monia yrityksiä ”miehistää” naisten pukeutumista jo ennen maailmansotia. Taustalla oli halu käytännöllisempiin vaatteisiin, jotka mahdollistaisivat naisten aktiivisen toiminnan. Yhdysvaltalaisen naisasialiikkeen vaikuttaja Amelia Bloomer yritti 1850-luvulla saattaa markkinoille naisten käyttöön sopivat väljät turkkilaistyylliset housut, jotka muodoltaan muistuttivat hametta kankaan laskeutuessa väljästi, muodostaen pullean, hamemaisen muodon. Vaate asetettiin naurunalaiseksi ajan lehdistössä ja se koettiin täysin epäsovinnaiseksi naisten vaatteeksi.⁷³ Housut alkoivat hiljalleen saada hyväksytyn aseman osana naisten muotia 1920-luvulla ranskalaisen Coco Chanelin vaatesuunnittelun myötä. Housuista muovattiin tuolloin olovaate, joiden feminiinisyys ei jäänyt epäselväksi: naisten housujen pehmeä ja muuntautuva kangas korosti kurvikkaita muotoja. Toisaalta naisten housujen käyttö ei yleistynyt vielä vuosikymmeniin ja niiden käyttöä edelleen rajoitettiin – vasta 1960–1970-lukujen unisex-muoti toi housut varsinaisesti naisillekin.

2.2 Suomalaisen muodin suunta sodan jälkeen

Helsinki oli vielä 1900-luvun alkupuolella tunnettu räätäleistään sekä muoti- ja turkisliikkeistä.⁷⁴ Suomalainen tekstiiliteollisuus kasvoi nopealla vauhdilla 1920-luvulla ja moderneissa,

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Steele 2013, 16.

⁷² Ibid., 17.

⁷³ Fogg 2013, 266–267; Paoletti 2012, 65.

⁷⁴ Almay & Lappalainen 1996, 41.

sarjatuotetuissa vaatteissa korostettiin niiden kotimaisuutta.⁷⁵ Teknologian kehityksen seurauksena valmistettiin uusia erikoiskoneita eri tekstiileille ja työvaiheille. Tehostetun vaatetuotannon rinnalla toimivat perinteisemmät kotiompelijat ja rääpälinverstaat. Ensimmäisinä vakituisesti teollisuuden palveluksessa toimineina tekstiilisuunnittelijoina on pidetty vuonna 1937 aloittaneita Eva Taimia ja Kaj Franckia.⁷⁶

Toisen maailmansodan jälkeinen säännöstelyaika jatkui 1950-luvulle asti, jonka päätyttyä Suomessa elettiin vaatetusteollisuuden kasvun aikaa. Tuotanto alkoi tuolloin keskittyä vahvasti kotimarkkinoille. Muotialan koulutus aloitettiin Taideteollisessa oppilaitoksessa⁷⁷ 1950-luvun alkupuolella. Muotitaiteilijoita koulutettiin aluksi ateljeen pitäjiksi, ei niinkään vaateteollisuuteen. Lisäksi useat vaatetehtaat pitivät vakituisen, koulutuksen saaneen suunnittelijan palkkaamista rahan tuhlauksena. Tuolloin vakiintuneena käytäntönä oli, että vaateteollisuus saattoi kopioida vapaasti esimerkiksi Pariisin matkoilla nähtyjä muotiluomuksia, ja kopioinnin pystyi yhtä hyvin hoitamaan vaikkapa tehtaan toimitusjohtaja tai hänen rouvansa.⁷⁸

Lasten ja nuorison pukeutuminen jäljitteli aikuisten pukeutumista aina 1940-luvulle saakka. Moderni, teollistunut yhteiskunta vaati mahdollisimman nopeaa aikuistumista, mikä näkyi myös ulkoisesti. Lapset puettiin kuin pienet aikuiset, ilmaisten heidän soveliaisuuttaan ja sivistyneisyyttään. Toisen maailmansodan jälkeinen jälleenrakennuksen aika antoi nuorisolle uudenlaisen mahdollisuuden töihin. Nuorisolta vaadittiin oman perheen elättämistä, mutta paranevassa taloustilanteessa rahaa jäi yli omaan kuluttamiseen. Nuorisokulttuurit syntyivät 1950-luvulla alati kasvaneiden nuorisokuluttajaryhmien myötä.⁷⁹

Suomessa seurattiin tiiviisti kansainvälisiä pukeutumistrendejä, kuten Yhdysvaltojen nuorisomuoteja. Esimerkiksi 1950-luvulla alkanut farkkubuumi rantautui suomalaisille markkinoille, kun Mattisen Teollisuus Oy sai yhdysvaltalaiselta elokuvayhtiöltä luvan James Deanin nimen käyttämiseen ja lanseerasi ”Jamekset” vuonna 1959.⁸⁰ Varsinainen nuorisomuoti ja -kulttuuri alkoivat muodostua kuitenkin vasta 1960-luvun puolella. Kulttuurihistorioitsija Minna Sarantola-Weissin mukaan jo tällä vuosikymmenellä vallitsi ajatus, että ”nuoruus ei enää ollut ikä vaan asenne”.⁸¹

⁷⁵ Lönnqvist 2003, 380.

⁷⁶ Almay & Lappalainen 1996, 14–16.

⁷⁷ Nyk. Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu, 2012–.

⁷⁸ Wiikeri 1986, 35.

⁷⁹ Esim. De Marly 1985, 131.

⁸⁰ Almay & Lappalainen 1996, 75; 224.

⁸¹ Sarantola-Weiss 2008, 128.

Farkkujen on nähty ilmaisevan solidaarisuutta työväenluokkaa kohtaan ja symboloivan pakoa porvarillisesta muodista.⁸² Farkkumuoti oli Suomessa merkki siirtymästä lapsuudesta nuoruuteen, niin suosittuja farkut olivat ajan nuorison käytössä. Yhdysvaltojen populaarikulttuurista kantautui Suomeenkin farkkujen yhdistäminen T-paitoihin. Yhdistelmä oli suosittu tasa-arvoisesti pukeutuvan nuorison keskuudessa. Pukeutumisen demokraattisuutta vastaan sotivat merkkivalinnat ja yksityiskohdat, jotka olivat farkkumuodissa ratkaisevan tärkeitä.⁸³ Farkkumuoti toi kuitenkin sukupolvia sekä sukupuolia lähemmäksi toisiaan ja muutti muodin olemusta demokraattisempaan suuntaan nostaen alakulttuurin ilmiöt huippumuodin näytelmöille.

Kansainvälisen muodin mukaisesti Suomessakin oli tehty selvä ero miesten ja naisten pukeutumisen välillä. Samoin eron arjen ja juhlan välillä, kuten myös sosiaalisen aseman, tuli olla luettavissa kunkin pukeutumisesta. Varsinainen pukeutumisen paradigman muutos tapahtui 1960-luvulla, mikä näkyi yhdenmukaistumisessa niin ikäryhmien, sosiaalisen aseman kuin sukupuolien välillä. Vuosikymmenen muoti rikkoi keskiluokkaisessa pukeutumisessa vallinneet konservatiiviset säännöt, konkretisoituen esimerkiksi naisten hameen helman kohoamisena. Vastavuoroisesti miehillä suvaittiin pitkät hiukset sekä pelkän T-paidan käyttö, jota oli aiemmin käytetty vain aluspaitana.⁸⁴

Sodan jälkeen oli korostettu fyysisen aktiviteetin kehittämistä Suomen voimavarana: varsinkin miehisyys yhdistettiin urheilijoihin, sotamiehiin ja virkavaltaan. Urheilullisuus alkoi näkyä pukeutumisessa uudella tavalla 1970-luvulla, jolloin urheiluvaatteita ei käytetty vain urheillessa tai ulkoillessa, vaan ne otettiin yleisempään käyttöön myös arkisena sisävaatetuksena. Esikuvina urheilu- ja verryttelyvaatteille toimivat koulu-urheilun ja armeijan urheilupukeutuminen. Lyhemmän työviikon seurauksena vapaa-aika lisääntyi, jonka myötä suomalaiset alkoivat kiinnittää entistä enemmän huomiota urheilullisuutta korostaviin vapaa-ajan asuihin.⁸⁵

Tullimuutosten mahdollistamana Suomen vaatetusviennin kasvu oli suurta koko 1960-luvun ajan, ja vuosikymmenen puolivälissä sen osuus oli jo tuontia suurempi. Varsinkin idänkauppa Neuvostoliiton kanssa kukoisti ja suuret myynnit takasivat täystyöllisyyden vaatetehtailta. Suomessa oli tuolloin aiempaa halvempi työvoima, minkä vuoksi esimerkiksi Ruotsin vaateteollisuus suuntasi Suomeen.⁸⁶ Vuosikymmenen puolenvälin lama muutti suomalaista

⁸² Ibid., 76; Turunen 2004, 7.

⁸³ Sarantola-Weiss 2008, 76–77.

⁸⁴ Ibid., 126–128.

⁸⁵ Lönnqvist 2003, 380–381.

⁸⁶ Almay & Lappalainen 1996, 224–225.

muotia yksinkertaisemmaksi ja arkisemmaksi, kun taas lamasta selviytyminen tehtiin selväksi vuosikymmenen lopun näyttävässä, kokeilevassa ja värikylläisessä muodissa.⁸⁷

2.3 Unisex ja 1960-luvun murros

Tässä alaluvussa tarkastelen unisex-muotia ja sen synnyttäneitä 1960-luvun kulttuurista ilmapiiriä laajemmassa, Yhdysvaltojen kontekstissa. Yhdysvaltojen unisex-muoti on tärkeä tausta Suomen ja Marimekon unisex-muodin tutkimukselle. Sodan jälkeen Yhdysvalloista tuli merkittävä muodin keskus Euroopan keskittyessä jälleenrakentamiseen.⁸⁸ Yhdysvaltojen muotikentän tapahtumilla oli siten selkeä vaikutus Euroopan maiden muotiin.

Fokusoin siihen, millä tavoin aikakauden muodit muuttivat käsityksiä mieheydestä ja naiseudesta. Pukeutumisen sukupuolittaminen oli ollut erityisen vahvaa 1950-luvulla, jolloin pukeutumisen sukupuolisuudesta ja sovinnaisuudesta muodostui suuria moraalisia kysymyksiä. Puhuttiin eri sukupuolille soveliaasta pukeutumisesta (engl. *gender appropriate*), sukupuolen tullessa entistä vahvemmin mukaan keskusteluun.⁸⁹ Vastareaktiona konservatiivisille sukupuolikäsityksille nousi 1960-luvulla poliittiseen keskusteluun sukupuolten välinen tasa-arvo. Uudet käsitykset sukupuolesta sosiaalisena konstruktiona avasivat keskustelun totuttujen sukupuoliroolien kyseenalaistuksesta sekä stereotyyppien rikkomisesta.⁹⁰

Muodin demokratisoituminen kiihtyi 1960-luvulla. Nuorisokulttuurit tekivät pukeutumisesta koko yhteiskunnan asian ja muotia alettiin seurata populaarikulttuurissa. Muoti pyrittiin vapauttamaan kaikille yhteiskuntaluokille, eikä sen sallittu keskittyvän vain pienemmän eliitin ominaisuudeksi. *Haute couture* (suom. ”korkeatasoinen muoti”) -suunnittelijat eivät enää yksin sanelleet muodin suuntaa, vaan muodista tuli massakulttuuria.⁹¹ Ensimmäistä kertaa katumuoti pääsi mukaan *haute couturesta* tunnettujen muotitalojen mallistoihin.⁹² Vuorovaikutussuhteesta tuli molemminpuolinen. Muodintutkija Valerie Steelen mukaan muotisuunnittelijat kyllä päättivät uudet muotiin tulevat tyylit, mutta vasta kuluttajat valitsivat, mikä oli muodikasta ja mikä ei.⁹³

Ajan nuoret olivat avainasemassa muutoksen tekijöinä. Sodan jälkeisellä suurella ikäluokalla oli vaikutusvaltaa ja nuorista oli tullut merkittävä markkinoinnin kohderyhmä jo 1950-luvulla.

⁸⁷ Sarantola-Weiss 2008, 127.

⁸⁸ De Marly 1985, 133.

⁸⁹ Paoletti 2015, 2–3.

⁹⁰ Ibid., 7.

⁹¹ Teunissen 2009, 11.

⁹² Seeling 2001 [1999], 344.

⁹³ Steele 2013, 7.

Vuosikymmenen nuoriso tuli tunnetuksi auktoriteettien vastustamisesta, valtarakenteiden kyseenalaistamisesta ja vastakulttuurien synnyttämisestä.⁹⁴

Kulttuurinen murros vaikutti perinteisiin sukupuolirooleihin ja lasten kasvatukseen 1960–1970-luvuilla. Esimerkiksi housujen käyttö alkoi yleistyä sekä tyttöjen kouluasuna että aikuisien naisten vaatetuksena. Naiseus ja mieheys kokivat muutoksia suhteutuen toisiinsa uudelleen.⁹⁵ Esimerkiksi Suomessa naisten asema tasa-arvoistui sukupuolten välisten valtasuhteiden muuttuessa, kun naisten arkeen alkoi ilmestyä yksilöllisiä valintoja ja vapautta.⁹⁶

Radikalismi edellisiä sukupolvia ja vallinnutta ilmapiiriä kohtaan johti vanhojen sukupuoliroolien, instituutioiden ja arvojen kyseenalaistukseen 1960-luvulla ja synnytti uudenlaisen elämäntavan.⁹⁷ Aiemmin muodin historiassa pukeutumis- ja sukupuolinormeja vastustavat muodit olivat jääneet marginaaliin tai ne oli tyrehdytetty. Unisexin aikakausi oli modernin muodin historian ensimmäinen ilmiö, jossa valtavirtamuoti nousi vastustamaan niin totuttuja, konservatiivisia muoteja kuin sukupuolikäsityksiäkin.

Yhdysvalloissa 1950–1960-lukujen vaihteessa puhuttiin kiivaasti seksuaalisesta vapautumisesta. Seksuaalivallankumous puhui sukupuolet häivyttävän unisex-muodin puolesta. Taustavaikuttajana oli feministinen liikehdintä, joka vaati sukupuolten välistä tasa-arvoa: muotisuunnittelijat inspiroituiivat nyt tasa-arvosta, tulevaisuudesta ja androgyniasta. Vaatesuunnittelussa pyrittiin häivyttämään pukeutujan sukupuoli ja täten toimittiin yhteiskunnallisen tasa-arvon asialla.⁹⁸

Seksuaalinen vapautuminen toi mukanaan radikalismien ja konservatiivisuuden haastamisen. Konservatiivista ilmapiiriä korvaamaan koetettiin synnyttää tasa-arvoa ja luonnollisempaa, vapaamielisempää seksuaalisuutta. Sukupuolisuuden kontrollointi nähtiin yhtenä merkittävänä yhteiskunnallisen vallankäytön muotona, johon piti puuttua.⁹⁹ Esimerkiksi 1960-luvulla keksityllä naisten ehkäisytablettilla on ollut valtava yhteiskunnallinen vaikutus naisten itsemääräämisoikeuteen.¹⁰⁰

⁹⁴ Seeling 2001 [1999], 337.

⁹⁵ Paoletti 2015, 15; Sarantola-Weiss 2008, 53; Garton 2004, 210.

⁹⁶ Sarantola-Weiss 2008, 36.

⁹⁷ Seeling 2001 [1999], 338.

⁹⁸ Paoletti 2015, 2–15.

⁹⁹ Parviainen 2015. THO/HY. Olen tarkastellut seksuaalisen vapautumisen ja muodin suhdetta kandidaatintutkielmassani, fokusoiden miesten muotiin 1950-luvulla. Aineisto koostui *Playboy*-miestenlehden muotiartikkeleista vuosilta 1953–1959.

¹⁰⁰ Sarantola-Weiss 2008, 53–57.

Vapautuneen seksuaalisen ilmapiirin myötä viihdemaailmasta ja kulttuurin kuvastosta alkoi 1970-luvulla tulla pornahtavaa. Porno vaikutti laajasti kulutuskulttuuriin, jättäen jälkensä niin tavaroihin kuin mainoksiinkin. Pornon esiintulo ei sopinut varauksetta yhteen sukupuolten välistä tasa-arvoa ajavan feminismin kanssa. Porno ja pornahtava kulutuskulttuurin kuvasto esineellistivät etenkin naista sekä tuotteistivat naiseutta.¹⁰¹

Aikakauden muodit syntyivät vastareaktioina vanhanaikaiselle sukupuolijärjestelmälle, jossa miesten ja naisten asemat olivat kaukana toisistaan. Naisten 1960–1970-lukujen muodit tasa-painottelivat seksikkyyden ja vapautumisen ilmentämisen välillä.¹⁰² Miesten muodit taas olivat ekspressiivisiä ja ajan kontekstissa epämiehekkäitä.¹⁰³

Unisex-muoti mullisti muodin kenttää ja vavisutti pitkään vallinneita pukeutumisen sukupuolittamisen perinteitä. Esimerkiksi ensimmäistä kertaa muodin historiassa miehet ja naiset ostivat vaatteitaan samoista liikkeistä.¹⁰⁴ Ajan merkittävät muotisuunnittelijat kehittivät naisille uusia versioita miesten muodin klassikoista. Ranskalaisen muotisuunnittelijan Yves Saint Laurentin *Le Smoking* (1967) oli ensimmäinen kansainvälisesti tunnettu ja merkittävä naisille suunniteltu smokkipuku. Saint Laurentin pyrkimyksenä oli yhdistää elementtejä sekä naisten että miesten pukeutumisesta. Vaikka puku muistuttikin läheisesti miesten smokkia, oli sen muotoa muunneltu feminiinisempään suuntaan, korostaen naisellisia muotoja. Puku oli kunni-anosoitus monille epäonnistuneille yrityksille ”miehistää” naisten pukeutumista ja naisten dandyismille. Varsinkin Yhdysvalloissa sukupuolien tasa-arvoistaminen kulminoitui naisille suunnitelluissa bisnesvaatteissa, kuten jakkupuvun synnyssä, mikä oli osoitus naisten jonkinasteisesta hyväksymisestä miesvaltaiseen bisnesmaailmaan.¹⁰⁵ Naisten pukujen suunnittelu enteili unisex-muotia, muuntaen miesten klassikkovaatteista naisellisia versioita.

Sodan jälkeinen vaateteollisuus oli ottanut käyttöönsä monia armeijalta periytyneitä kankaita.¹⁰⁶ Naisten muodissa uudet kankaat otettiin ilolla vastaan, sillä ne olivat helposti muunneltavissa. Niiden eduiksi katsottiin venyvyys ja vartaloa imarteleva myötäilevyys. Kankaiden tulo markkinoille synnytti esimerkiksi 1960-luvulle tyypillisen tiukan haalarimallisen *catsuit*-puvun.¹⁰⁷

¹⁰¹ Ibid., 54.

¹⁰² Paoletti 2015, 6.

¹⁰³ Ibid., 59.

¹⁰⁴ Laver 2002 [1969], 265.

¹⁰⁵ Paoletti 2015, 6.

¹⁰⁶ Cawthorne 2001, 59. Alun perin kankaat suunniteltiin urheilukäyttöön, kuten hiihtoasuihin.

¹⁰⁷ Cawthorne 2001, 59. Laajentuneen housuvalikoiman tulemista muotiin on pidetty myös vastareaktiona 1960-luvun paljastavalle minihame-muodille.

Vuosikymmenen muoti keskittyi vahvasti naiseuden vapauttamiseen ja aikakausi tunnetaan monista erilaisista muodeista. Samanaikaisesti muodikkaaksi koettiin androgyyninen unisex-muoti, kuin kireät farkut ja minihameet. Varsinkin naisille 1960-luvun muodit tarjosivat valtavasti vaihtoehtoja, jolloin naiset saivat itse päättää minkä monista tyyleistä omaksuisivat. Aikakauden vaatemuodit olivat luonteeltaan vahvoja ja nopeatempoisia. Muodintutkija Jo B. Paoletti mukaan unisex-muoti jättikin naisten pukeutumiseen ja sen käytäntöihin pysyvämman jäljen: ”For the most part, ’unisex’ meant more masculine clothing for girls and women. Attempts to feminize men’s appearance turned out to be particularly short-lived.”¹⁰⁸

Suurimmaksi osaksi unisex-muoti tarkoitti siis maskuliinisemmän muodin suunnittelemista naisille – taustalla oli naisten pitkäaikainen haave käytännöllisemmästä pukeutumisesta. Miesten prameilevaa pukeutumista oli totuttu oudoksumaan ja sitä pidettiin yleisesti turhamaisena.¹⁰⁹

Yhdysvaltalainen journalisti George Frazier kuvaili uutta, Lontoon Carnaby Street’in suunnittelijoilta lähtöisin ollutta muotia ”riikinkukkovallankumoukseksi” (*peacock revolution*).¹¹⁰ Termi viittasi suunnittelijoiden lupaukseen palauttaa miesten muotiin sen kerran kadottama väriloisto ja mahtipontisuus. Käytännössä riikinkukkovallankumous toi miesten muotiin räjähdysmäisesti vaihtoehtoja. Tyyli sai vaikutteita muun muassa Afrikan ja Aasian värikkäistä pukeutumisperinteistä. Miesten muotiin tuli jälleen teollistumista edeltävän muodin värienkirjo ja vaatteita valmistettiin pehmeämmistä sekä dekoratiivisemmista kankaista. Uusi feminiinisempi miesten muoti näyttäytyi kansainvälisesti esimerkiksi pitkiksi kasvatettuina hiuksina.¹¹¹ Unisexin myötä julkisessa feministisessä keskustelussa heräsi kysymys, miksei miestäkin seksualisoitu ja esineellistetty samalla tavalla kuin naisia.¹¹²

Muoti syntyi vastareaktiona konservatiiviselle miesten pukeutumiselle, sen harmaudelle ja yhdenmukaisuudelle.¹¹³ Vielä 1950-luvulla miesten vaateosastoja hallitsivat hillityt, murretun sävyiset vaatteet. Värikkäät, hassuttelevat vaatteet oli tarkoitettu vain harvoihin tilaisuuksiin ja silloinkin vain tietynlaiseen käyttötarkoitukseen.¹¹⁴ Kriitikot kuitenkin kokivat uuden miesten

¹⁰⁸ Paoletti 2015, 6.

¹⁰⁹ *Esquire* 1960.

¹¹⁰ Paoletti 2015, 59.

¹¹¹ Cawthorne 2001, 60.

¹¹² Paoletti 2015, 63–74.

¹¹³ *Ibid.*, 62. Länsimaissa värikästä miesten pukeutumista oli harrastettu 1800–1950 -luvuilla lähinnä tietyissä, rajallisissa muodoissaan, kuten tietentyypisissä juhlatilaisuuksissa tai uskaltavampien, poikkeavien pukeutujien yllä.

¹¹⁴ *Ibid.*

muodin kukkakuvioisine paitoineen ja pitkiksi kasvatettuine hiuksineen kuvastavan mieheyden rappiota sekä homoseksuaalisuutta. Muodin oletettiin olevan suoraa jatkumoa 1960-luvun feminististen vapautusliikkeiden tavoitteille.¹¹⁵ Aikakauden suuri murros oli, että naissuunnittelijat alkoivat suunnitella vaatteita miehille, samalla tavalla kuin miehet olivat jo vuosikymmeniä suunnitelleet naisille.¹¹⁶

Feminiinisempi miesten muoti sai osakseen kritiikkiä sekä herätti epäluuloja. Freudilainen käsitys ”normaalista” maskuliinisuudesta vaikutti ajan miehisyyden stereotypioihin ja miehisyydelle asetettuihin normeihin. Sigmund Freudilta periytyi esimerkiksi ajatus, että maskuliinisuus oli herkkä ja ”korruptiolle” altis – asetelmassa naisellisuutta lähenevä mieheys nähtiin uhkakuvana ja siltä yritettiin kaikilla tavoin suojautua, sillä ajateltiin että liika feminiinisyys altistaisi homoseksuaalisuudelle. Feminiinisyys nähtiin täten maskuliinisuuden vastakohtana ja heikkolaatuisempana, uhkana maskuliinisuuden toteutumiselle. Miesten muodin kokeellisuus ja pukeutumisen feministiset piirteet osoittautuivat lyhytikäisimmiksi muodeiksi verrattaessa maskuliinisuuden tuloon naisten muotiin. Muodintutkija Charlotte Seelingin mukaan ”miehen pukeutumisen mahdollisuudet laajenivat, jos hän uskaltautui kyseenalaistamaan maskuliinisuutensa.”¹¹⁷

Vuosien 1966–1969 *Star Trek* -televisiosarja antoi unisex-muodille utopistisia piirteitä. Sarja sijoittui 2260-luvulle, jolloin ihmiskunta on siirtynyt elämään maan lisäksi avaruudessa lukuisilla planeetoilla ja eri galakseissa. *Star Trek* maalasi toiveikkaan kuvan ihmiskunnan tulevaisuudesta, esittäen esimerkiksi ihmisten välistä tasa-arvoa yhtenevillä unisex-univormuilla.¹¹⁸ Tasa-arvoa ja yhtäläisiä oikeuksia vaatineen yhdysvaltalaisen rotukeskustelun edistykset kulminoituivat ensimmäisessä filmillä esitetyssä vaalea- ja tummaihoisen välisessä suudelmassa. Vastaavanlaisia toivomuksia ihmiskunnan tasa-arvoistumisesta esitettiin myös muissa futuristisissa elokuvatuotannoissa, kuten Stanley Kubrickin vuoden 1968 elokuvassa *2001: A Space Odyssey*. Sci-fi-kuvastoon omaksuttiin tapa kuvata tasa-arvoisempaa, tulevaisuuden ihmiskuntaa juuri unisex-vaatteiden avulla.

Star Trek esitti todellisuuden, jossa miehet ja naiset toimivat yhtä lailla osana avaruuslaivan miehistöä. Ihoa myötäilevät unisex-haalarit kuitenkin tekivät kantajansa sukupuolen hyvin näkyväksi, korostaen esimerkiksi naisten vartaloiden kurvikkuutta. Futuristinen unisex-muoti

¹¹⁵ Ibid., 59.

¹¹⁶ Ibid., 69.

¹¹⁷ Seeling 2001 [1999], 413.

¹¹⁸ Televisiosarjan unisex-univormuja nähtiin naisten päällä aluksi lähinnä vain pilottijaksossa, mutta ne yleistyivät myöhemmin tehdyissä jatkosarjoissa ja -elokuissa.

näyttäytyi ihanteellisena, mutta samalla ihoa myötäilevä vaatetus korosti sukupuolten välisiä fyysisiä eroja.¹¹⁹ Lisäksi unisex-vaatetus oli vain osa sarjassa esitettyä muotia: unisex-haalarien ja -univormujen lisäksi sarjan naiset puettiin muun muassa 1960-luvun muodille tyypillisiin paljastaviin minihameisiin, jotka nousivat sarjan naisten muistetuimmaksi muodiksi. Kenties naiselliset ja seksikkäät lyhyet mekot saivat aikanaan enemmän positiivista huomiota katsojilta.

Tulevaisuususkkoa nostatti jatkuva kilpailu avaruuden herruudesta ja vuoden 1969 ensimmäinen kuukävely. Tyylinä ajan futurismi kuvasti toivetta paremmasta tulevaisuudesta ja siitä kihisevästä jännityksestä, jolla tulevaa teknologian kehitystä seurattiin. Muodissa futurismi näkyi esimerkiksi metallinhoitoisuutena, vahvasti korostetuissa geometrisissa muodoissa ja ”matemaattisena kauneutena” (engl. *mathematical beauty*).¹²⁰ Muodista puhuttiin aikalaislehdissä ilmiönä, jota ei olisi voinut kuvitella ennen Sputnik 1:sen laukaisemista. Uudenlainen käsitys avaruudesta ja maailmankaikkeudesta inspiroi suunnittelijoita päästämään irti vanhoista trendeistä ja luomaan uutta, tulevaisuudesta innoittunutta muotia ja estetiikkaa.¹²¹

¹¹⁹ Paoletti 2015, 51.

¹²⁰ Seeling 2001 [1999], 352–353; Steele 1997, 64.

¹²¹ Steele 1997, 64.

3 Hyvinvointivaltion estetiikkaa

Tässä luvussa käsittelen pohjoismaisen hyvinvointivaltion syntyä ja aatetta, keskittyen sen ilmenemismuotoihin Suomessa. Tarkastelen, miten hyvinvointivaltion aatteet ja aikakauden henki kantautuivat ajan kulttuuriin, muotoiluun ja arkkitehtuuriin. Tämän taustoittamisen pohjalta analysoin, miten Marimekon unisex-muoti hyödynsi samaista hyvinvointivaltion estetiikkaa. Tarkastelen myös, miten unisex-muoti on tullut Suomeen ja minkälaiset aatteet muodin takana vaikuttivat. Analysoin Marimekon unisex-muodin yhteiskunnallisia piirteitä ja lopuksi vedän yhtymäkohtia marimekkolaisen utopian ja unisex-muodin välille. Pohdin, minkälaisia utopistisia ajatuksia ajan Marimekolla oli ja miten ne toteutuivat aikansa todellisuudessa.

Marimekko oli päässyt jo 1950-luvulla osaksi suomalaista muotoilumenestystä: osallistuminen vuoden 1957 Milanon triennaaliin yhdisti suomalaisen muodin ja muotoilun estetiikan. Marimekon muotia esiteltiin triennaalissa pohjoismaiden yhteisenä kansallispäivänä ja se nousi suomalaisen muotoilun rinnalle kansainvälisen taideteollisuusnäyttelyn näyttämölle.¹²² Marimekko oli 1960–1970-luvuilla vahvasti kytköksissä sekä aikansa muotoiluun että arkkitehtuuriin, varsinkin rakennettaessa Marimekon omaa elämäntapaa ja suunniteltaessa 1960-luvun utopistista Marikylä-hanketta.¹²³

Marimekko oli lähtökohdiltaan poikkeuksellinen vaatealan yritys, sillä sen alkutaipaleen suunnittelijoista kenelläkään ei ollut muotisuunnittelijan tutkintoa, vaan he omasivat erinäisiä taideteollisia koulutuksia. Marimekkoa tutkittaessa on perusteltua ottaa huomioon ajan muut taiteet ja niiden vaikutukset suunnittelutyöhön. Muotoilun ja arkkitehtuurin historia onkin osin rinnasteinen Marimekon vaatesuunnittelun pyrkimyksien tutkimiseen.

3.1 Pohjoismainen hyvinvointivaltion aate

Armi Ratia oli sosiaalidemokraattisen puolueen jäsen, mutta erosi puolueesta vuonna 1976 kovasanaisella kirjeellä, 20 vuotta kestäneen jäsenyyden jälkeen.¹²⁴ Ratia paljasti *Suomen Kuvalehden* vuoden 1976 haastattelussa SDP:n jäsenyyden alkuperäiseksi syyksi sen, että Marimekko olisi aikoinaan saanut Espoosta maata tehtaalleen ja Marikylä-hankkeelle.¹²⁵

¹²² *Kainuun Sanomat* 1957.

¹²³ Esim. Vainio 2015, 63–64. Marimekko suunnitteli 1960-luvulla kyläyhteisöä, jossa marimekkolainen elämäntapa ja Marimekon kuluttajat yhdistyisivät. Käsittelen Marikylää tarkemmin luvussa 3.4.3.

¹²⁴ Vainio 2015, 91–92.

¹²⁵ Ibid.

Marimekolla on Ratian puoluejäsenyyden lisäksi lukuisia yhtymäkohtia sosiaalidemokraattisiin aatteisiin ja ruotsalaiseen kansankodin ideaaliin, joita analysoin tarkemmin luvussa 3.4.

Sosiaalidemokraatit olivat nousseet valtaan Ruotsissa 1920-luvulla aloittaen ruotsalaisen kansankodin rakentamisen (ruots. *folkhemmet*), mikä jatkui aina 1960-luvun loppuun saakka. Vuonna 1928 Ruotsin tuolloinen pääministeri Per Albin Hansson kuvaili kansankodin ideaalia seuraavasti:

”Hyvässä kodissa ei ole etuoikeutettuja eikä syrjäytettyjä perheenjäseniä, ei lellikkejä eikä kaltoin kohdeltujakaan. Siellä kukaan ei katso toiseen ylhäältä alaspäin, siellä kukaan ei yritä tavoitella itselleen etua toisten kustannuksella, vahva ei polje jalkoihinsa eikä ryöstä heikkoa. Hyvässä kodissa vallitsevat tasa-arvoisuus, toisista huolehtiminen, yhteistyö, avuliaisuus.”¹²⁶

Kansankoti näkyi arvomaailman ja yhteiskunnan muutoksessa, samoin kuin kulttuurissa ja rakennetussa ympäristössä. Kansankodin aate edellytti esimerkiksi, että kaikille olisi saatavilla kohtuuhintaisia ja toimivia asuntoja – täten myös työväenluokkaa alettiin kohdella tasavertaisemmin. Kansankoti-ajattelu synnytti Ruotsissa aivan uudenlaisia asumismuotoja, kuten suurpihakorttelit, joissa asumisen mukavuus todentui vehreässä ja yhteisöllisessä elinympäristössä. Uusien standardien asuntoihin pyrittiin tuomaan kaikki modernin ajan mukavuudet.¹²⁷ Hanssonin jälkeen kansankodin ideaalia veivät eteenpäin Tage Erlander, joka toimi Ruotsin pääministerinä vuosina 1946–1969, ja Olof Palme vuosina 1969–1976.

Pohjoismainen hyvinvointivaltion aate alkoi ottaa ensiaskeleitaan 1930-luvulla pohjaten sosiaalidemokraattiseen arvomaailmaan. Suomen poliittinen kehitys kuitenkin poikkesi muista pohjoismaista maailmansotien välisenä aikana. Kauan odotettu itsenäistyminen vuonna 1917 ja nuoren valtion vuoden 1918 sisällissodan aiheuttama kansan kahtiajakautuminen lieventyi vasta talvisodan uhan alla, puolustettaessa yhteistä isänmaata. Yhteinen sotakokemus vauhditti kaupungistumista ja modernisoitumista 1940–1950-luvuilla, kun sodan traumaista toipuminen ja hyvinvointivaltion rakentaminen todella aloitettiin.¹²⁸

Suomalaista hyvinvointia edesauttoivat valtio ja kunnat, joiden toimintaa määrittivät sukupuolten välisen, alueellisen ja sosiaalisen tasa-arvon ajaminen. Esimerkiksi asuntorakentaminen

¹²⁶ Berggren 2011, 78.

¹²⁷ Hultin 1998, 140.

¹²⁸ Mäenpää et al. 2003, 11–13.

siirtyi yksityisiltä rakennuttajilta asunto-osakeyhtiöille ja samanaikaisesti aloitettiin yleishyödyllinen asuntorakentaminen, sekä valtion että kuntien toimesta.¹²⁹

Pohjoismaille tyypillisen sosiaalidemokraattisen valtion hyvinvointia edistävän toiminnan päävastuu on valtiolla. Hyvinvointivaltion periaatteet on lueteltu Suomen perustuslaissa. Tärkeäksi tehtäväksi on kirjattu esimerkiksi sukupuolten välisen tasa-arvon edistäminen yhteiskunnallisessa toiminnassa sekä työelämässä.¹³⁰

3.2 Hyvinvointivaltion arkkitehtuuri ja muotoilu

Marimekko kehitti 1960–1970-luvuilla elämäntapa-ajattelua, jossa pukeutuminen, muotoilu ja arkkitehtuuri yhdistyivät. Marimekon aikakauden vaatteissa näkyi taiteita yhdistänyt geometrisyyden ja puhtauden ihannointi. Esimerkiksi Annika Rimalan tiedetään inspiroituneen ajan arkkitehtuurista ja kuvataiteista.¹³¹ Marimekko korosti 1960-luvun vaatesuunnittelussaan vaapaata yhdistelemistä, jolloin kuluttaja sai koostaa mallistojen vaatteista oman kokonaisuutensa. Modernille kuluttajalle suotiin ja toisaalta häneltä edellytettiin oman tyylin löytämistä: käyttötapojen rikkaus ja muotojen yksinkertaisuus tarjosivat kuluttajille lukuisia mahdollisuuksia. Suunnittelun perimmäisenä tarkoituksena oli olla funktionaalista, yhdistyen siten ajan arkkitehtuurin ja muotoilun ideaaleihin.

Suomalaisen muotoilun omaksi narratiiviksi nostettiin 1940–1950-luvuilla luonnollisuus.¹³² Taideteollisuusnäyttelyt ja niistä syntyneet kirjoitukset loivat suomalaisen muotoilun kaanonin 1950-luvulla. Varsinkin Milanon taideteollisuuden triennaalit vuosina 1951–1964 veivät Suomen maailmankartalle edistyksellisenä ja merkittävänä muotoilumaana.¹³³ Aikakauden näyttelytoiminnassa keskeisessä asemassa oli myös pohjoismainen kulttuuriyhteistyö. Vuonna 1954 Yhdysvaltoja ja Kanadaa lähti kiertämään yhteisnäyttely *Design in Scandinavia*, jossa Suomikin oli osallisena. Näyttelyn menestyksen varjossa oli sivuseikka, ettei Suomi ollut osa Skandinaaviaa. Sodan jälkeisessä kansainvälisessä poliittisessä tilanteessa Suomelle oli ensiarvoisen tärkeää osoittaa yhteenkuuluvuutta pohjoismaisiin demokratioihin ja täten lukeutua

¹²⁹ Saarikangas 2003, 25.

¹³⁰ Suomen perustuslaki, luku 2, pykälä 6 §.

¹³¹ Esim. Maunula 2000, 10.

¹³² Kalha 1997, 52–60.

¹³³ Korvenmaa 2010, 175–202.

länsimaiden joukkoon.¹³⁴ Pohjoismaisen näyttely-yhteistyön myötä luotiin kuvaa idyllisestä, turmelemattomasta pohjoisesta ja maiden yhtenevästä estetiikasta.¹³⁵

Muotoilu alkoi etsiä uutta suuntaa vuosisadan jälkipuoliskolla. Vielä 1950-luvulla suomalainen muotoilu juhli kansainvälistä suosiotaan monien taiteilijoiden niittäessä mainetta muotoilunäyttelyissä eri puolilla maailmaa. Suomalainen muotoilu oli tuolloin vahvasti taidemuotoilua, eivätkä designesineet löytäneet läheskään kaikkien koteihin.¹³⁶ Muotoilulta alettiin toivoa arkistumista ja todellisten tarpeiden huomioimista. Muotoilun reformistit alkoivat pitää esimerkiksi taidekäsityötä turhan elitistisenä ja siten epäsoveliaana demokraattisen muotoilun estetiikkaan. Muotoilu otti omakseen arkkitehtuuria jo vuosikymmeniä määrittäneen funktionalismin ja siitä tuli muotoilun pääohjenuora.

Kaj Franck (1911–1989) alkoi toteuttaa uudenlaista muotoilun ideologiaa 1950-luvun lopulla. Franck korosti esineen välttämättömyyttä, toimivuutta ja perusteltavuutta muotoilutyön lähtökohtina. Muotoilun oli oltava huomaamatonta ja anonyymiä, ainakin ideaalitasolla. Anonymiteetin kaipuu johti 1960-luvulla siihen, ettei esineitä enää markkinoitu tai myyty suunnittelijan nimellä.¹³⁷ Funktionaalista muotoilua määrittivät taloudellisuus ja uudenlainen vapaamielisyys, joka konkretisoitui esimerkiksi esineiden vapaassa yhdistelemisessä. Design-tuotteita pystyi nyt hankkimaan yksitellen; kuluttajan luovuuteen luotettiin tuotteiden yhdistelemisessä ja moninaisten käyttötarkoitusten keksimisessä.¹³⁸

Muotoilussa haluttiin korostaa arjen arvokkuutta ja tasa-arvoisuutta markkinoimalla viimeiseen asti suunniteltuja, funktionaalisia designesineitä jokapäiväiseen elämään. Muotoilun fokus siirtyi esineestä tuotannon prosesseihin ja kuluttajiin, joita pyrittiin kohtelemaan tasa-arvoisesti.¹³⁹ Vuosikymmen toi suunnitteluun uudenlaisia periaatteita, materiaaleja ja tekniikoita, johdattelen suomalaista muotoilua kauemmaksi 1940–1950-lukujen luonnollisuuteen nojaavasta estetiikasta, kohti modernia ilmaisua.¹⁴⁰

Muotoilun estetiikaksi omaksuttu minimalismi yhdistyi ajattomuuden ihanteeseen – muotoilu oli kiinni ajassaan, samalla luoden katseita tulevaisuuteen. Toisaalta modernissa muotoilussa

¹³⁴ Suomi mielletään muotoilumaana edelleenkin osaksi Skandinaviaa, esimerkkinä Charlotte ja Peter Fiellin *Scandinavian Design* (2005).

¹³⁵ Kalha 1998, 29.

¹³⁶ Aav & Savolainen 2010, 4.

¹³⁷ Korvenmaa 2010, 213–216.

¹³⁸ Kalha 2003, 346. Franckin mukainen uusi muotoilu pyrki eroon ”settiajatuksesta”, jonka mukaan asiakkaan tuli ostaa koko astiasto kerralla yhden objektin sijaan.

¹³⁹ Korvenmaa 2010, 225.

¹⁴⁰ Ibid., 235–247.

korostui askeettisuus, mikä monen kuluttajan mielessä yhdistyi köyhyyteen ja sodan pula-ai-
kaan. Kuluttajalta edellytettiin luovuutta muotoiluesineiden hankinnassa ja niitä hankittiin
usein yksitellen, ei ennalta määriteltynä kokonaisuuksina.¹⁴¹

Samoin kuin muotoilussa, korostui 1960–1970-lukujen arkkitehtuurissa anonymiteetti. Lähiöt
tarjosivat entistä useammille nykyajan mukavuuksin varustellun ja tilavamman asunnon, siten
demokratisoiden asumista. Toisaalta rakennustoiminnan tuottamat muutokset eivät olleet aino-
astaan positiivisia, vaan vauhdittanut kaupungistuminen aiheutti vuorostaan esimerkiksi
maaseudun tyhjenemistä tapahtuneen mittavan maaltamuuton myötä. Ajan ideaalit eivät aina
toteutuneet kuten oli suunniteltu: lähiöistyminen sai osakseen kritiikkiä asumisen epäinhimil-
lisyydestä, ihmisten eristämisestä nukkumalähiöihin ja valtavista maisemallisista muutoksista,
mitä vauhditti vanhan rakennuskannan purkamisen uuden tieltä.¹⁴²

Ruotsin rakentamisen miljoonaohjelma vuosina 1965–1974 on malliesimerkki kaupungistumi-
sen aiheuttaman asuntopulan nopeasta ratkaisemisesta ja sen kohtaamasta kritiikistä. Vajaassa
kymmenessä vuodessa valmistuneet asunnot rakennettiin suurilta osin elementeistä ja niiden
päämateriaalina oli raakabetoni. Miljoonaohjelman aikana purettiin vanhaa rakennuskantaa
osin huonokuntoisuuden takia, mutta myös hyväkuntoisia rakennuksia. Rakennusohjelma pääsi
tavoitteeseensa tuottaen yli miljoona asuntoa kymmenessä vuodessa, mutta lopputulosta moi-
tittiin yksipuolistuneesta ja epäinhimillisestä asumisesta sekä maisemaa dominoivasta
betonivoittoisesta harmaudesta. Hyvinvointivaltion toteuttama asuntopolitiikka toisaalta tasa-
arvoisti asumista, mutta samalla myös eristi alempia yhteiskuntaluokkia lähiöihin sekä yksi-
puolisti aikakauden arkkitehtuuria. Ajan kaupunkirakentamisessa korostui anonymiteetti ja
moderni muotokieli, jonka päätehtävänä oli ilmaista suunnittelun tehokkuutta.¹⁴³

Samalla kun arkkitehtuuri kehittyi kohti harmaata, monokromista ilmaisua, ilotteli 1960–1970-
lukujen muoti sekä sisustukset väreillä ja leikkisyydellä. Pukeutumisen kirjavuus, kuten myös
kontrastiset ja värikkäät sisustukset, tarjosivat vaihtoehdon betonivoittoiselle harmaalle arkki-
tehtuurille ja rakennettua ympäristöä yksipuolistavalle rakentamisbuumille. Samoin kuin ajan
rakentamisessa, muodissa valittiin materiaaleiksi ”valmiit elementit”, eli helppohoitoiset kan-
kaat kuten trikoo, jonka ajateltiin sopivan kaikenkokoisille ja -muotoisille kuluttajille

¹⁴¹ Kalha 2003, 346.

¹⁴² Saarikangas 2003, 22–61.

¹⁴³ Ibid., 52.

joustavuutensa takia. Arkkitehtuurin ja muotoilun omaava tausta-ajatus demokratisoitumisesta sekä järkipäisten materiaalien käytöstä vallitsi myös Marimekon suunnittelemassa muodissa.

Kuten ajan muotoilussa, kiinnitettiin Marimekon suunnittelussa huomio kauniiseen ja toimivaan arkeen. Marimekon vaatteet tarjosivat tyylikkyyttä ja helppokäyttöisyyttä. Paitamekot ja trikookankaiset vaatemallistot henkivät uudenlaista pukeutumiskulttuuria, jossa mukavuuden ja funktionaalisuuden annettiin näkyä. Siinä missä 1950–1960-lukujen muotoilijat alkoivat suunnitella esineitä entistä enemmän arkeen, suunnitteli Marimekkin vaatteita lähtökohtaisesti jokapäiväiseen käyttöön.

Marimekko noudatti suomalaiselle muotoilulle ominaisia käytäntöjä, mutta toisaalta kehittyen eri tahtiin ja osin eri suuntaan. Suomalaiselta muotoilulta vaadittiin 1960-luvulla tasa-arvoisia tuotteita. Muotoilun kentällä haluttiin erottautua ”mestarimuotoilijoista”, jotka hallitsivat 1950-lukua. Designesineitä ei enää markkinoitu tai myyty suunnittelijan nimellä, vaan esineen idea ja toimivuus nousivat suunnittelijaa tärkeämmäksi. Mestareiden tilalle pyrittiin luomaan ryhmävetoisempaa muotoilua, jonka työskentelyprosessissa muotoilijan persoona jäisi taustalle. Marimekolla suunnitteluprosessissa yhdistettiin monenlaisia taitoja, jotka kumpusivat erilaisista taideteollisista tutkinnoista.

Useiden Marimekon vaatemallistojen nimet ammentavat perisuomalaisista aiheista ja luonnosta.¹⁴⁴ Ne korostavat arjen kauneutta ja luonnollisuutta suomalaisen muotoilun tavoin. Marimekko siis hyödynsi suomalaisen muotoilun 1940-luvulta asti mukana kulkenutta luonnollisuuden narratiivia, mikä koettiin pitkään suomalaisen muotoilun tärkeimmäksi ominaispiirteeksi. Samalla Marimekon suunnittelu kuitenkin edusti modernia muotokieltä. Luonnonmukaisuus tuli vahvemmin osaksi suunnittelua 1970-luvun puolivälissä, kun energia-kriisi alkoi vaikuttaa ihmisten kulutustottumuksiin.¹⁴⁵

Suunnittelun pääohjenuoriksi valittiin rationaalisuus ja analyttisyys. Muotoilussa vallitsi tuolloin suunnittelun optimismi, jonka avulla pyrittiin löytämään ratkaisuja suurempiin ongelmiin. Koettiin, että yksittäisillä muotoilijoilla ei enää ollut mahdollisuutta ratkaista suuriksi kasvaneita ongelmia, vaan muotoilun kentällä kulttuurisia, poliittisia ja teknologisia ongelmia

¹⁴⁴ Nimet, kuten esimerkiksi *Itikka*, *Tervakukka*, *Varvunraita*, *Mättäillä* ja *Juolukka* myötäilivät 1940–1950-lukujen muotoilun tapaa hakea inspiraatiota, muotokieltä ja kuvastoa suomalaisesta luonnosta. Toisaalta samaan aikaan Marimekolle tekstiilejä suunnitelleen Maija Isolan työt tarjosivat eksoottisempaa ornamentiikkaa hänen ulkomaanmatkoistaan inspiroitunein nimin.

¹⁴⁵ Aav et al. 2011, 103.

pyrittiin ratkaisemaan ryhmävetoisemmin.¹⁴⁶ Samoin Marimekko lähti usean suunnittelijan voimin luomaan tasa-arvoista, demokraattista muotia.

3.3 Marimekko suhteessa pohjoismaiseen unisexiin

Vaikka Marimekon suunnittelijat toisensa jälkeen totesivat, etteivät he seuraa muotia,¹⁴⁷ oli Marimekon unisex-suunnittelulla selkeitä yhtäläisyyksiä kansainväliseen unisex-muotiin. Marimekolla syntyi 1960-luvulla kauppasuhteita Yhdysvaltoihin, merkittävin suhde solmittiin Design Research -yrityksen kanssa, joka muistutti idealtaan paljon suomalaista Artekia. Annika Rimala kävi Armi Ratian seurana työmatkoilla Yhdysvalloissa ja saattoi saada matkoilla vaikutteita 1960-luvun lopun unisex-suunnitteluunsa. Kuten luvussa 2.3 todettiin, oli Yhdysvallat vuosikymmenen tärkein muotikeskus ja unisex-muodin suunnannäyttäjä. Lisäksi Rimala on haastattelussa kertonut inspiroituneensa 1960-luvulla yhdysvaltalaisesta valmisvaateteollisuudesta ja siihen vaikuttaneesta college-pukeutumisesta. Rimala olikin huokeiden sarjatuotettujen, ajattomien ja demokraattisten vaatteiden puolestapuhuja. Marimekon 1960-luvun tärkeimpiä vientimaita oli Yhdysvaltojen lisäksi Ruotsi.¹⁴⁸

Ruotsi on toinen mahdollinen Marimekon unisex-ajatteluun vaikuttanut maa, jonka muotoilua ja muita taiteita seurattiin Suomessa tiiviisti. Väitän, että ruotsalainen vaatesuunnittelukin oli Suomelle esimerkillistä. Rimalan mukaan Marimekolla omaksuttiin jo varhain ”skandinaviska färgskala”, eli puhtaat ja raikkaat, kirkkaat värit.¹⁴⁹ Ruotsissa unisex-muodin suurimmat vaikuttajat olivat suomalaissyntyinen Sighsten Herrgård ja vaatemerkki Mah-Jong.¹⁵⁰ Vaateyritys Mah-Jong muistutti Marimekkoa elämäntapa-ajattelussaan, sosiaalidemokraattisissa aatteissaan ja tavassaan suunnitella vaatteita koko perheen käyttöön.¹⁵¹

Herrgårdia on ainakin Ruotsissa pidetty unisexin luoja, sillä hän lanseerasi ensimmäisen kansainvälisesti tunnetun unisex-haalarin vuosina 1966–1967 (kuva 1).¹⁵² Myös vuoden 1969 *Anna*-lehden haastattelussa todetaan, että Herrgård oli ”ensimmäinen joka puki naisensa ja miehensä täsmälleen samanlaisiin asuihin”. Haastattelussa unisex-suunnittelun uranuurtaja

¹⁴⁶ Korvenmaa 2010, 213–221.

¹⁴⁷ Esim. *Dagens Nyheter* 1967 ja *HS* 1974.

¹⁴⁸ Vainio 2015, 68.

¹⁴⁹ Annika Rimalan haastattelu vuodelta 1986, 10–13. DMH.

¹⁵⁰ Anna Roden sähköpostiviesti tekijälle 9.1.2018.

¹⁵¹ Hallström Bornold 2003, 43; 169. Salka Hallström Bornoldin teoksessa *Det är rätt att göra uppror: Mah-Jong 1966–1976* todetaan Marimekon suunnittelun olleen Mah-Jong -vaateyritykselle esimerkillistä.

¹⁵² Esim. *Expressen* 1969.

Herrgård toteaa, ettei vaatteiden sukupuolittava suunnittelu tule täysin katoamaan unisexin myötä, mutta suunnittelun rajat tulevat ”pehmenemään”.¹⁵³

Väitän, että Ruotsissa samoihin aikoihin syntynyt unisex-muoti toimi esimerkkinä Marimekon suunnittelulle. Herrgårdin unisex-haalarien vaikutteet ovat selvästi nähtävillä Marimekon 1970-luvun arjen estetiikkaa ja käytännöllisyyttä korostavissa perusvaate-mallistoissa. Herrgårdin unisex-haalareita muistuttavat eniten Pentti Rinnan 1970-luvulla suunnittelemat haalarit ja puvut (kuva 2). Esimerkiksi Herrgårdin 1960-luvun lopulla suunnittelema puku muistuttaa huomattavasti Rinnan *Kuski*-pukua vuodelta 1972 (kuvat 3 ja 4). Herrgård vannoni antimuodin nimeen samoin kuin ajan Marimekko, vaikka vuonna 1968 hän suunnitteli vaatteita *haute couture* -muodista tunnetulle brittiläiselle House of Worth -muotitalolle.¹⁵⁴ Herrgård suunnitteli esimerkiksi supikoirasta valmistetun unisex-turkin ja loi täten ylellisempää unisex-muotia verrattaessa Marimekon pääosin puuvillaiseen unisex-muotiin (kuva 5).

Toisaalta myös Ruotsi saattoi seurata suomalaista muotoilukenttää ja muotia. Esimerkiksi Viljo Ratian mukaan ruotsalaiset vaatesuunnittelijat seurasivat Marimekon uusia mallistoja mielenkiinnolla.¹⁵⁵ Marimekon *Tasaraita* sai ruotsalaisen verrokkinsa, kun vastaavanlainen puuvillaisista raitavaatteista koostuva unisex-mallisto lanseerattiin 1970-luvun puolivälissä ruotsalaisen Polarn O. Pyret -yrityksen valikoimaan (kuva 6).¹⁵⁶ Erotuksena vuonna 1968 markkinoille tulleeeseen *Tasaraitaan* oli, että Gunila Axénin suunnittelema mallisto (1975) keskittyi lähinnä lasten vaatettamiseen. Mallisto koostui kuitenkin samoista elementeistä, malleista ja vaatekappaleista, vaikkakin vaatteet kuvioitiin ohuemmin raidoin (kuva 7). Polarn O. Pyretin raidallisen trikoomalliston tavoitteena oli tuoda laadukkaita, mukavia ja toiminnallisia vaatteita lapsille. Hiljalleen mallisto laajeni myös naisten ja lopulta miesten vaatteisiin – ”unisex laajentui käsittämään kaikki perheenjäsenet”.¹⁵⁷ Gunila Axén oli myös yksi suunnittelija Marimekon vuonna 1976 ilmestyneessä *Peltomies*-mallistossa.¹⁵⁸

Aihe kaipaisi tarkempaa tutkimusta siitä, minkälaisia yhteyksiä mallistoilla oli käytännössä, olivatko esimerkiksi pitkät mekot yhtä lailla käytössä tytöillä ja pojilla sekä naisilla ja miehillä. Designmuseossa vuosina 2015–2016 pidetyn näyttelyn *Lapsen vuosisata: pohjoismainen muotoilu ja lapset 1900–2014* julkaisussa näiden kahden malliston yhdennäköisyyttä ei ole

¹⁵³ Anna 1969a.

¹⁵⁴ Herrgård & Werkelid 2009 [1988], 284.

¹⁵⁵ Ratia 1986, 24.

¹⁵⁶ Svenle 2014, 130.

¹⁵⁷ ”Tarinamme.” Polarn O. Pyretin internetsivut.

¹⁵⁸ Aav et al. 2011, 98; Ratia 2002, 67.

huomioitu. Raitakuusi on historiassa tunnettu niin vankien, merimiesten ja *Belle Époque* vaikuttuneiden taiteilijoiden yllä kuin pyjamavaatteiden kankaissa,¹⁵⁹ eikä se siten ollut uusi keksintö – yhteneväisyys mallistojen välillä näkyikin kuviota selvemmin ideassa ja malleissa.

Marimekko inspiroitui sekä Yhdysvaltojen että Ruotsin unisex-muodista, mutta toisaalta tämä tutkimus osoittaa, että vaikutteet ovat kulkeneet vastavuoroisesti myös Suomesta maailmalle. Polarn O. Pyretin mallisto muistuttaa idealtaan, malleiltaan ja estetiikaltaan *Tasaraita*-mallistoa, suunnittelun yhtäläisyyksien tuskin ollessa täysin sattumanvaraisia. *Tasaraidan* mainoksia esitettiin paljolti Ruotsissa, jonka lisäksi mallisto kuvitti 1960–1970-lukujen kansainvälisiä aikakauslehtiä. Marimekko oli kansainvälisesti menestynyt yritys 1960-luvulla, joten sen tuottama unisex-muoti saattoi olla esimerkillistä ja muiden maiden unisex-suunnittelua inspiroivaa. Vuonna 1967 ruotsalainen *Dagens Nyheter* valitsi kymmenen vaikuttavinta muodinluoja, joista yksi oli Annika Rimala.¹⁶⁰ Toimittajana oli Marimekostakin kirjoittanut Rebecka Tarschys, kuvittajana oli kuka muukaan kuin Gunila Axén.

Marimekko on suunnittelussaan ottanut varmasti vaikutteita ajan kulttuurisesta ilmapiiristä, jonka tavoitteena oli edistää sukupuolten välistä ja yksilöiden tasa-arvoa. Esimerkiksi Rimalan on sanottu seuranneen aikansa kulttuuria tiiviisti,¹⁶¹ joten oletan vaikutteiden tulleen molemmista maista ja toisaalta vaikutteiden kulkeutuneen Marimekolta maailmalle.

3.4 Marimekkoa ”vauvasta vaariin”

3.4.1 Unisex tasa-arvon vaatetuksena

Vuokko Nurmesniemen suunnittelema *Jokapoika* oli ensimmäinen Marimekon sukupolvien ja sukupuolten rajat ylittävä vaate sekä ensimmäinen Marimekon miehille suunniteltu vaatekappale. Annika Rimalaa voidaan kuitenkin pitää ensimmäisenä varsinaisena Marimekon unisex-suunnittelijana, sillä *Jokapoikasta* tuli unisexia puolivahingossa. *Jokapoikaa* alettiin kutsua 1950–1960-luvuilla myös ”maripaidaksi”, jolloin kauluspaidalle luotiin myös feminiininen puoli.

Jokapoika suunniteltiin siis alun perin miesten paidaksi. Käytössä se kuitenkin muotoutui kaikkien vaatteeksi, sillä sitä alkoivat hiljalleen käyttää miesten lisäksi niin naiset kuin lapsetkin.

¹⁵⁹ Pastoureau 2001, 63–91. Raitakuvio on tarjonnut historiassa vaihtoehdon pukeutumisen yksivärisyydelle, tuoden pukeutumiseen väriä, kuitenkin pitäytyen usein valkoisessa pohjavärisssä.

¹⁶⁰ *Dagens Nyheter* 1967. Rimalan seuraksi listalle nousivat muun muassa Yves Saint-Laurent, joka suunnitteli naisille ensimmäisen kansainvälisesti tunnetun *Le Smoking* -nimisen puvun, sekä merkittävä yhdysvaltalainen unisex-suunnittelija Rudi Gernreich.

¹⁶¹ Maunula 2000, 10.

Toisaalta esimerkiksi *Marimekkoilmiö* (1986) vielä esitteli *Jokapojan* ja monet muut Marimekon kauluspaidat ”miesten paitoina”, vaikka saman kirjan kuvissa vaate nähtiin myös naisten, kuten Armi Ratian päällä.¹⁶² Sama toistuu monissa Marimekko-julkaisuissa eri yhteyksissä. Viittaukset kertovat vaatteen vankasta asemasta yhteiskunnassa: olivathan puku ja paita olleet modernin miehen symboleita jo niin pitkään, ettei niiden appropriatio osaksi naisten pukeutumista tapahtunut hetkessä.

Merkittävää oli, että Suomessa *Jokapojan* myötä sekä naiset että miehet saattoivat ostaa vaatteensa samasta vaateliikkeeltä – muutos konkretisoitui kansainvälisesti vasta vuosikymmentä myöhemmin unisex-muodin myötä. *Jokapoika* symboloi siten sukupuolten välistä tasa-arvoa ja merkitsi vaatteiden myyntiin liittyvistä sukupuolittavista käytännöistä luopumista. Marimekko ajoi eteenpäin ajatuksia tasa-arvoisesta pukeutumisesta, aloittaen naisten muodin uudistamisesta 1950-luvulla. Ensimmäisillä naisten mallistoilla pyrittiin pois kireälinjaisesta ja ultrafeministisestä naisten muodista, jossa kehoa muokattiin korsetein, tiukoilla vyötärölinjoilla ja avonaisilla kaula-aukoilla. Marimekon mekoissa oli väljyyttä ja tilaa olla, säkkimäisiksikin niitä kutsuttiin.¹⁶³

Miesten muotiin Marimekko toi 1950-luvun puolivälissä vapaa-ajan ja rentouden. *Jokapoika* sopi niin konttoriin, juhlaan kuin arkeenkin. Leikkisät, alun perin osittain päällekkäin painetut raidat¹⁶⁴ ja uudistunut väripaletti toivat toivottuja muutoksia miesten muotiin. *Jokapoika* oli nimensä mukaisesti vaate jokaiselle miehelle, suunniteltu käytettäväksi kaikenlaisissa tilanteissa.

Ainakin Armi Ratia on todistetusti käyttänyt väljää *Jokapoikaa* työtakkinaan (kuva 8). Syinä lienee olleet paidan kätevyys ja toisaalta asiallisuus. Aineistosta löytyy kuvia myös Marimekon henkilökunnasta, joissa niin miehet kuin naisetkin ovat sonnustautuneet Marimekon kauluspaitoihin, moni miesten mallistoon kuuluneeseen *Jokapoikaan* (kuva 9). Lisäksi *Jokapoika* nähdään suunnittelijansa Vuokko Nurmesniemen päällä vuoden 1958 *Kaunis Koti* -lehden valokuvassa (kuva 10).

Ratioiden ja Marimekon omistamassa Bökarsin kartanossa oli tapana, että kaikki kartanon vieraat sonnustautuivat *Jokapoikaan*. Armi Ratia saattoi olla vieraitaan vastassa ja kehottaa

¹⁶² Kaarakka et al. 1986, 15.

¹⁶³ Esim. Turunen 2004, 7.

¹⁶⁴ Aav & Viljanen 2007, 39.

bisnespukuihin sonnustautuneita, kansainvälisesti merkittäviä miehiä vaihtamaan yllään *Jokapojan*, jotta kaikki voisivat olla kartanolla tasa-arvoisesti, toisistaan erottautumatta. Näin ollen kukaan ei näyttäytynyt pukeutumiseltaan toista eriarvoisempana.¹⁶⁵ Toimintamalli muistuttaa vahvasti kansankodin ideaalia, jonka mukaan kaikki tuli nähdä samanarvoisina. Pukeutumalla yhdenmukaisesti häivytettiin kunkin sosiaalinen asema ja siten kurottiin umpeen eroavaisuuksia.

Tuntemattoman aikalaislehden artikkelissa ”Järkevää tilankäyttöä” esitetään ydinperhe kotioloissaan, yhteisen pelin äärelle keskittyneinä (kuva 11). Vanhemmilla on yllään *Jokapoika*-paidat – miehellä valkomusta ja naisella mustavalkoinen. Heidän yllään paidat näyttäytyvät ammattimaisina ja ryhdikkäinä. Vaatetus sulautuu aikansa moderniin ympäristöön, jossa ”järkevyys” näkyy kauluspaitojen lisäksi 1960-luvun uutuutta huokuvassa muotoilussa. Perheen lapset on puettu modernin suoraviivaisiin raitapaitoihin, solahtaen siten vaatetukseltaan luontevasti minimalistiseen, mustavalkoiseen sisustukseen, jota vain harvat väriyksityiskohdat aksentoivat. Naisten bisnesmuoti alkoi yleistyä 1960-luvulla kuvastaen naisten siirtymistä vahvemmin työelämään. Kuvan pariskunta näyttäytyy tasa-arvoisena; yhtenevät kauluspaidat kuvastavat, että kumpi tahansa heistä voisi olla perheen pää. Vielä 1950-luvulla perheen äiti olisi esitetty luultavasti essussaan ja kapeavyötäröisessä mekossa, iloisena kodinhengettärenä. Tultaessa 1970-luvulle miehestä tulikin vähitellen yhtäläillä lapsista huolehtiva vanhempi isyysvapaan myötä – Suomessa laki isyyslomasta säädettiin vuonna 1978.¹⁶⁶

Unisex-kontekstissa esitetty *Jokapoika*-paita liittyy siis laajempaan tasa-arvoistumisen tematiikkaan. Muodintutkija Jo B. Paoletti huomasi tutkiessaan yhdysvaltalaista unisex-muotia, että yritykset luoda sukupuolineutraalia bisnesvaatetusta osoittautuivat hankaliksi. Merkittävin kompastuskivi oli, että 1960-luvulla naisten bisnespukeutuminen koettiin epäammattimaiseksi pukeutumisen ollessa joko liian miehekästä tai liian seksikästä.¹⁶⁷ Suomessa vastaavanlaiset ongelmat kohdattiin pienemmässä mittakaavassa, pohjoismaisen hyvinvointivaltion aatteiden turvin. *Jokapoika* edusti vapaamuotoisempaa pukeutumista, jonka malleja oli nähty mediassa ja Marimekon kuvastossa myös naisten päällä. Sekä Armi Ratia että Vuokko Nurmesniemi kauluspaidoissaan toimivat esimerkkinä muillekin naisille, jotka hiljalleen ottivat miehekkäänä

¹⁶⁵ Petri Juslinin suullinen tiedonanto tekijälle 24.11.2016.

¹⁶⁶ Sarantola-Weiss 2008, 39–45; Svenle 2014, 134. Myös vuonna 1973 säädetty laki lasten päivähoitosta muutti vanhempien rooleja lasten hoidossa sekä antoi uusia mahdollisuuksia tasavertaisempaan työssäkäyntiin.

¹⁶⁷ Paoletti 2015, 56.

pidetyn kauluspaidan käyttöön. Kauluspaidan omaksuminen toi naiset lähemmäksi mieheyttä ja yhteiskunnallisesti hyväksytympää asemaa. Kyse ei ollut enää vain ohimenevästä muodista, vaan pysyvästä muutoksesta (kuva 12).

Annika Rimalan *Tasaraita*-mallisto (1968) syntyi otolliseen aikaan, unisex-muodin kansainvälisen suosion alkumetreillä. Rimala, joka ihaili pikemminkin massatuotannon yksinkertaisia tuotteita, kuin yksilöllisyyttä,¹⁶⁸ suunnitteli *Tasaraidan* kaikille kuluttajaryhmille sopivaksi, ikää, sukupuolta tai statusta katsomatta. Materiaalina oli helppohoitoinen ja joustava trikoo, joka muovaantui kaikille vartaloille sopivaksi. Mallistossa oli vaatetta paidoista housuihin, mekkoihin ja alusvaatteisiin; kirjo korosti *Tasaraidan* monikäyttöisyyttä. Mallisto oli mullistava, sillä sen eri osasia sai ostaa erikseen – saattoi ostaa vain paidan, sen pariaksi housutkin tai peräti kaikki tarjolla olevat malliston vaatekappaleet. Kuluttajille suotu vapaan yhdistelemisen luovuus kytkeytyi Kaj Franckin ajamaan muotoilun muutokseen, jossa pyrittiin pois valmiiksi suunnitelluista kokonaisuuksista.

Marimekon trikoovaatteet ylsivät massamuodin tasolle. Marimekon unisex-mallistot nostivat esiin yhteisöllisyyden ja perheen merkityksen. Vaatteita tehtiin koko kansalle, mutta toisaalta Marimekkoa nähtiin etenkin kulttuurieliitin yllä.¹⁶⁹ Muodin kyky kiinnittää yksilö osaksi joukkoa korostui *Tasaraidassa*. Raitoihin pukeutuva pystyi samaistumaan Marimekon mallistojen mainoskuviin nähtyihin perheidylleihin ja toisaalta *Tasaraidan* vaatettamaan sivistyneeseen kulttuuriväkeen.

Rimala vaikutti suunnittelussaan vahvasti aikansa kulttuurista, kuten arkkitehtuurista ja kuvataiteista. Vaikutteet näkyivät puhtaissa, geometrisissa muodoissa sekä minimalistisissa sommitelmissa ja toisaalta ilottelevissa väriyhdistelmissä. *Tasaraita* loisti modernin arkkitehtuurin ideologioiden mukaisissa puhtaissa pääväreissä (kuva 7). Marimekon vaatteiden leikkaukset olivat usein yksinkertaisia ja vaatesuunnittelussa korostettiin käyttömukavuutta. Rimala jatkoi Vuokko Nurmesniemen hyväksi koettua linjaa taideteolliseen koulutukseen pohjaavasta vaatesuunnittelusta, jossa muoto, funktio ja harmoninen kokonaisuus edelsivät muodikkautta.

Tasaraita-mallistoa esiteltiin yleisölle vuonna 1968 Teemu Lipastin koostamalla kollaasimaisella mainoskuvalla. Kuvissa esiintyvät nainen ja mies, mustavalkoraidallisen *Tasaraidan*

¹⁶⁸ Aav et al. 2011, 80.

¹⁶⁹ Esim. Wiikeri 1986, 34.

verhoamina. Kollaasissa miehen yllä nähdään lyhythihainen ja T-paita yhdistettynä alusvaatteisiin, nainen on puettuna edellä mainittujen lisäksi sekä pitkään että lyhyeen paitamekkoon (kuva 13). Mainos hahmottelee *Tasaraidan* unisex-käyttöä, vaikka mekko nähdäänkin kuvissa vasta naisen päällä. Kuva korostaa miehen ja naisen välistä tasa-arvoa, uudenlaisen vaatemonnon myötä – yhden mainoksen taktiikalla korostettiin, että Marimekko vaatetti kummankin sukupuolen. Naisen ja miehen välille ei luotu kuvissa tyypillistä jännitettä esimerkiksi kosketuksen kautta, vaan *Tasaraita* sai näytellä pääosaa.

Tasaraita-malliston tulo markkinoille teki Marimekosta vahvemmin miestenkin vaateliikkeen, sillä sitä ennen *Jokapoika* oli ollut ainoa miesten Marimekko-vaate. Trikoomallistojen myötä miehille alettiin suunnitella enemmän vaatteita, muun muassa unisex-mallistojen muodossa. ”Miehet mukaan marivaatteisiin”, julisti 1970-luvun sanomalehden otsikko, ilmaisten toivomuksen samankaltaisille miesten muodin avauksille.¹⁷⁰ *Jokapoikasta* lähtien ja varsinkin trikoomallistojen myötä Marimekko tarjosi rennompaa mieskäsitystä. Aikalaislähteistä käy ilmi median myönteisyys muutokselle:

”Uusi, entistä hieman vapaampi, värikkäämpi ja elegantilla tavalla huoleton pukeutuminen on hiljakseen saamassa jalansijaa myös suomalaisen miehen maailmassa. Onhan nuorekkuus valttia miestenkin pukeutumisessa. Vapaa-ajan asu alkaa olla käsite, jonka suomalainen mieskin on hyväksymässä.”¹⁷¹

Näin kirjoitettiin miesten muodin muutoksesta *Tasaraita*-malliston tulon myötä *Suomenmaan* vuoden 1968 artikkelissa ”Värikkäät alusvaatteet valttia miehelläkin”. Mitään suoranaista julistusta ei tehdä, vaan teksti ilmentää mieskuvan muutoksen olleen hidasta. Marimekko oli tuohon aikaan jo arvostettu vaateyritys, jonka vaatemallistot eivät saaneet enää yhtä vahvaa kritiikkiä osakseen. Kansainvälisesti sekä Suomessa vakiinnutettu asema merkittävänä suomalaisena vaateyrityksenä antoi kenties Marimekolle yleisön hyväksynnän tehdä vahvasti erilaisia vaatteita.

Taiteilija ja tutkija Kimmo Sarje kiinnittää huomion Marimekon muodin sosiaalidemokraattiseen luonteeseen *Marimekkoilmiöön* (1986) kirjoittamassaan artikkelissa ”Rätti on meidät vapauttava!”. Sarje kirjoittaa raja-aitojen kaatamisesta niin ikäpolvien kuin sukupuoltenkin välillä. Sarje korostaa yhtenäisen muodin ja ”pinnan” tasa-arvoistavaa luonnetta, oli kuvio sitten

¹⁷⁰ *Uusi Suomi* 1972.

¹⁷¹ *Suomenmaa* 1968.

raidallinen, ruudullinen tai pilkullinen. Univormu muuntuu tekstissä ”marivormuksi”, korostaen ensinnäkin Marimekon vaatteiden vakiintunutta asemaa suomalaisen kansan käytössä ja toisekseen kuvastaen oman Marimekko-kuluttajaryhmän syntyä. Marimekon unisex-vaatteista tuli univormuja, jotka ilmensivät ryhmään kuulumista. Univormuilla on pyritty sekä yhdenmuokaistamaan tiettyä ryhmää että erottautumaan tavallisesta kansasta tai muista ryhmittymistä. Samalla tavoin esimerkiksi 1970–1980-lukujen taistolaisten siniset järjestöpaidat liittivät pukeutujan osaksi tiettyä ryhmää ja sille ominaista elämäntapaa.¹⁷²

Sosiaalidemokraattiset ajattelumallit näkyvät selkeästi Marimekon 1960–1970-lukujen suunnittelussa ja tavoitteissa. Ideana oli pukea koko perhe Marimekkoon, mikä näkyy selkeästi tutkimusaineiston kuvissa. *Tasaraitaa* mainostettiin perheidyllin kautta, usein suurperheitä ja heidän onnellisuuttaan kuvaten. Lisäksi *Tasaraitaan* puettiin pariskunnat, jotka sonnustautuivat samoihin raitoihin, toisinaan jopa samaan malliin. *Tasaraita*-malliston haluttiin siirtyvän sukupolvelta toiselle, ja näin kävikin.¹⁷³ *Tasaraidan* lisäksi Rimala suunnitteli lukuisia muita trikookankaisia unisex-mallistoja. Esimerkiksi *Galleria* (1971), *Pallo* (1971) ja *Uusiraita* (1972) eivät kuitenkaan kasvaneet yhtä suosituiksi kuin *Tasaraita*.

Pentti Rinnan *Kuski* (1972) oli ensimmäinen Marimekolle suunniteltu kokonainen miesten puku ja samalla ensimmäinen unisex-puku: analysoin luvussa 4 tarkemmin *Kuskin* osuutta naisten pukeutumisessa. *Kuskista* muodostui univormu muun muassa vuosikymmenen arkkitehdeille.¹⁷⁴ Puku oli muodoltaan väljempi ja vapaamuotoisempi kuin perinteiset miesten juhlapuvut (kuva 4). Pukua valmistettiin monissa väreissä ja sitä oli saatavilla sekä puuvillaisena että samettisena. *Kuski*-takin etumuksessa oli neljä suurta taskua ja yksirivinen napitus. Housujen etumuksessa taskuja oli kaksi kappaletta (kuva 14). Pukua saattoi kuitenkin käyttää osissa, joko pelkkää takkia tai puvun housuja. *Kuski* ilmensi Rinnan suunnittelulle tyypillistä elementtiajattelua, joka periytyi 1950–1960-lukujen muotoilusta ja 1960-luvun arkkitehtuurista. Samoin Rinnan suunnitteleman *Reppuri*-malliston (1972) vaatteet sopivat käytettäväksi yhdessä tai erikseen (kuva 15).

¹⁷² ”Vasemmistonuorten historia.” Vasemmistonuorten internetsivut.

¹⁷³ Maunula 2000, 10.

¹⁷⁴ Ibid., 12.

Pukeutumalla Marimekon unisex-muotiin osoitti kuuluvansa moderniin aikaan ja liberaaliin, tasa-arvoa ajavaan sukupolveen. Marimekko assosioitui 1960–1970-luvuilla vahvasti kulttuurisivistyneistön vaatemerikiksi. *Kuski*-pukua kuvattiin muun muassa vuonna 1967 valmistuneen Helsingin Kaupunginteatterin modernissa interiörissä.¹⁷⁵

3.4.2 Sukupuolia ja sukupolvia yhdistävä unisex

Vielä 1950-luvulla Vuokko Nurmesniemi suunnitteli A-linjaisia mekkoja, jotka muuntautuivat kätevästi lasten vaatteiksi pelkästään mittasuhteita muuttamalla. Esimerkiksi *Iloinen takki* (1959) sai uuden elämän lasten vaatteena ja leikkisästä, kuusitaskuisesta mekosta tulikin lasten klassikkovaate moneksi vuosikymmeneksi. Vuonna 1958 Marimekko perusti vaateliike Mukulan, jossa myytiin ainoastaan lasten vaatteita.¹⁷⁶

Lasten kasvatuskulttuurissa vallitsi 1950-luvulla selkeästi aikuisten elämänmallien mukainen sukupuolien roolijako. Se heijasteli 1800–1900-lukujen porvarillisen ydinperheen ihannetta, jonka mukaan tyttöjä ohjattiin kotipiiriin liittyviin asioihin ja arjen askareisiin. Poikia taas kasvatettiin liikkeellä oloon, menestyjiksi ja rohkaistiin erilaisiin ympäristöihin luotaaviin leikkeihin.¹⁷⁷

Tultaessa 1960-luvulle alkoi Marimekko keskittyä myös lasten vaatettamiseen. Vaikka Marimekko edusti vielä perinteistä lasten vaatetuslinjaa, jossa aikuisten vaatemallistot pienennettiin lasten vaatekoiksi, ajoi lapsille suunnattu unisex-muoti tasa-arvoa. Muutos kasvatuskulttuurissa ja sukupuolirooleissa ei kuitenkaan tapahtunut välittömästi eikä kokonaisvaltaisesti. Ruotsalainen aikakausilehti *Året Runt* esittelee Marimekon koko perheen muotia vuoden 1965 artikkelissaan ”Jacqueline Kennedy gav lyckosparken!”. Kuvissa esiintyy artikkelin kirjoittanut Lenita Airisto kahden tytön kanssa. Kumpikin työstä on pukeutunut mustiin housuihin (artikkelissa ruots. *pojkbuxa*), jotka edustavat lapsen leikkiin soveltuvia käytännöllisempiä vaatteita. Tyttöillä on yllään *Jokapoika*-paidat, vasemman puoleisella kelta- ja oikean puoleisella vihreäraitainen (kuva 16). Kummatkin värit edustavat niin kutsuttuja neutraaleja värejä, jotka eivät toimi sukupuolisen merkkajina, kuten punainen ja sininen lasten vaateissa. *Jokapoika* edustaa kuitenkin lasten vaatteeksi kooltaan pienennettyä aikuisten pukeutumista.

Osin lasten vaatetuksen yhdenmukaisuus tarkoitti samojen kankaiden käyttöä, vaatteiden mallien ollessa yhä sukupuolisidonnaisia (kuva 17). Vuosikymmenen lopussa saman malliston

¹⁷⁵ Esim. Aav et al. 2011, 94.

¹⁷⁶ Kivilinna 2014b, 106.

¹⁷⁷ Korkiakangas 2003, 418.

vaatteita pukivat yllään niin naiset, miehet kuin lapsetkin. Marimekko liitettiin 1960–1970-luvulla vahvasti vapaamieliseen lastenkasvatukseen: aikalaislehtien kuvissa se näkyi iloisena leikkinä värikkäässä ympäristössä, lasten ollessa puettuina unisex-vaatteisiin (kuva 18).

Tasaraita puki koko perheen samoihin raitoihin ja samalla mahdollisti yhtäläiset mahdollisuudet leikkiin myös tytöille. Useissa aikalaislähteissä toistuu tapa esitellä *Tasaraita*-mallistoa ryhmäkuvissa, joissa yleensä vanhemmat tai useampi aikuinen esitetään lapsikatraan kanssa, kaikilla yllään erilaisia *Tasaraitoja* (kuva 19). *Tasaraitaa* markkinoitiin koko perheen mallistona, kokojakin oli ennätysmäärä lähtien vauvojen vaatteista aina kookkaiden aikuisten vaatteisiin saakka. Vuonna 1971 markkinoille tuli Annika Rimalan suunnittelema *Pallo*-mallisto, jonka vaatteiden mallit noudattelivat *Tasaraitaa*. *Pallo* esitettiin sitä edeltäneen trikoomalliston tavoin onnellisten ja yhteisöllisten perheiden vaatteena. *Pallosta* tehtiin myös ihoa myötäilevä haalarimalli (kuvat 20 ja 21).

Erinäiset nuorisomuodit muuttivat 1960-luvun kuluessa asetelmaa, jossa aikuisten muodit vaikuttivat lapsiin. Nyt farkkuihin ja nuorison muihin muoteihin pukeutuivat kaikki iästä riippumatta. Esimerkiksi Pierre Bourdieuta mukaillen nuorison muoteihin mukautuminen merkitsi halua erottautua vanhemmasta, konservatiivisesta sukupolvesta ja samaistua nuorekkaaseen, liberaalimpaan sukupolveen. Marimekon trikoomallistot toimivat esimerkkinä, jossa leikittelevä, naiiviksikin kuvailtava muoti oli suunniteltu sekä lapsille että aikuisille. Esimerkiksi vuoden 1971 ruotsalaisessa sosiaalidemokraattisessa *Arbetet*-aikakauslehdessä *Tasaraita*-mekkoa kuvaillaan miehen päällä klovnin raidalliseksi paidaksi (ruots. *en clown randiga tröja*) antaen *Tasaraidalle* lapsellisiakin piirteitä.¹⁷⁸ Miestä mekossaan kuvailtiin hulkurisin termein, kun taas naisen päällä samaista vaatetta olisi kuvailtu todennäköisesti vain mekoksi.

Katsuji Wakisakan suunnittelema *Bo Boo* -puuvillakangas (1974) oli ensimmäinen varsinaisesti lasten käyttöön suunniteltu kangas. Kankaalle on aseteltu erimallisia autoja kirkkaissa väreissä. *Bo Boo* kasvoi pian kokonaiseksi tuoteperheeksi nimeltä *Little People Collection*, jota myytiin vuosina 1975–1980. Alun perin *Bo Boo* oli suunniteltu Yhdysvaltojen markkinoille, mutta se löysi tiensä Suomeenkin.¹⁷⁹ Se oli ensimmäinen Marimekon tuoteperhe, jossa sama kuvio toistui monissa eri vaatteissa, asusteissa ja kodin tekstiileissä.¹⁸⁰ *Bo Boo* -kangasta ei

¹⁷⁸ *Arbetet* 1971.

¹⁷⁹ Aav et al. 2011, 100–101.

¹⁸⁰ Kivilinna 2014a, 128.

ollut määritelty sukupuolittavasti, vaan se on käytössä muuntunut poikien kankaaksi, oletettavasti sen autokuosin vuoksi.

Vaikka Marimekko markkinoi itseään kaikkien sukupolvien ja sukupuolien vaateyrityksenä, vanhukset ovat vähemmistössä Marimekon mallistoja esittelevissä kuvissa 1960–1970-luvuilla. Annika Rimalan suunnittelun eetoksena oli tuottaa vaatteita ”vauvasta vaariin”. Tutkimusaineistosta löytyy kuitenkin vain muutamia kuvia, joissa ydinperheen lisäksi kuvassa nähdään vanhempia sukupolvia (kuvat 22 ja 23). Marimekon vuoden 1978 *Tasaraita*-mainos esittää varhaisimpina mainoksena *Tasaraidan* monen sukupolven yllä. Ajan henki kenties vaati, että Marimekko näyttäytyi nuorekkaana, edustaen liberaaleja ja eteenpäin pyrkiviä arvoja. Kuvasto keskittyi pikemmin ydin- ja suurperheiden kuvaamiseen sekä nuorten pariskuntien elämän visualisointiin. Kuitenkin yksityisissä kuvissa *Tasaraita* kuvataan eri sukupolvien yllä. Esimerkiksi kirjassa *Annika Rimala 1960–2000: Väriä arkeen* (2000) nähdään sinivalkoraitaisiin *Tasaraitoihin* puettu suunnittelija Annika Rimalan suku Harri Kaunisrannan ottamassa kuvassa.¹⁸¹

3.4.3 Unisex utopiana

Marimekko toteutti utopistisia ajatuksiaan ensimmäisen kerran jo 1950-luvulla. Yrityksen alkuperäisenä pyrkimyksenä oli naiseuden vapauttaminen kaavoihin kangistuneesta ja epäkäytännöllisestä naisten muodista. Toiseksi Marimekko lähti muuttamaan käsityksiä totutusta mieheydestä. Aikakauden Marimekko-mainokset ja muotiartikkelit muun muassa esittävät miehen yleisemmin naisten hallitsemalla alueella, kodin keittiössä. Marimekko-essuun sonnustautunut mies on kuvattu kotiaskeiden keskellä, nostamassa tiskattuja astioita kuivauskaappiin (kuva 24). Keittiöessun kangas on Vuokko Nurmesniemen suunnittelema *Noppa* (1954), mutta *Noppa*-kankaasta valmistetun *Barbique*-essun suunnitteli Annika Rimala, tosin se tuli myyntiin vasta vuonna 1961.¹⁸² Keittiöessu on siis saatettu toteuttaa joko vain kuvauksia varten tai tekijä on saattanut olla joku ulkopuolinen.

Barbique-essuun pukeutuneella miehellä kuvitettu mainos vuodelta 1963 kertoo, millainen on marimekkoilainen mies:

”marin mies, mukava herra
tekee työtä, elää ja on

¹⁸¹ Maunula & Tarschys 2000, 2–3.

¹⁸² Designmuseon Marimekko-verkkonäyttely.

mukavasti huolettomasti
mustassa villapaidassa
jonka päälle voi vetää liivin
tai maripaidassa puuvillaisessa
valkoisen paidan päälle reilu erkin-paita
tervetuloa tutustumaan uusiin
ja vanhoihin ajattomiin miestenvaatteisiimme”¹⁸³

Kuvat essuun sonnustautuneista ja kotiaskareita suorittavista miehistä osoittavat, että Marimekko haaveili sukupuolten välisestä tasa-arvosta näkyvästi jo 1950-luvulla.

Marimekon 1960–1970-luvuilla luoma unisex-muoti tarjosi utopistisia ajatuksia kulttuurisen murroksen aikakaudella. Yhteiskunta oli muutoksen tilassa ja katse oli tiiviisti lukittuneena tulevaan. Unisex muutti totuttuja pukeutumisen tapoja, joihin kuului muun muassa, että sukupuolen tuli käydä ilmi sukupuolitetusta vaatetuksesta. Jälleenrakennuksen vuosikymmen oli tuonut mukanaan toiveen kauniista naisesta: 1950-luvun ”ultrafeminiinisyys” sai liikkeelle vastavoiman, jonka tavoitteena oli monipuolistaa käsityksiä naiseudesta.

Unisexin mukanaan tuoma pukeutumisen muutos oli äkillinen, mutta on huomioitava, että unisex-muoti oli vain yksi trendi 1960–1970-lukujen monien muotien joukossa. Se oli silti radikaaliudessaan merkittävä monelta kannalta. Unisex-vaatteita tuotettiin myös lapsille, jotka enemmässä määrin kävivät nyt yhteiskouluja poika- ja tyttökoulujen sijaan.¹⁸⁴ Naiset olivat jo vuosisatoja kamppailleet käytännöllisemmän pukeutumisen puolesta. Unisex toi hyväksynnän niin naisten housu-, haalari-, kuin pukumuodillekin.

Miesten osalta unisex jäi pikemminkin utopian tasolle. Riikinkukkovallankumous toi väriä ja loistokkuutta miesten pukeutumiseen 1960–1970-luvuilla, mutta sen vaikutukset eivät ole kantautuneet nykypäivään samalla tavoin, kuin ajan naisten muodin muutokset. Värikästä ja koristeellista pukeutumista katsottiin kieroan, sillä koettiin, että mieheys romuttuisi naisellisen muodin päästessä valloilleen.¹⁸⁵ Tässä kohdin voidaan huomata, ettei yhteiskunta ollut täysin valmis unisexin kaltaisille utopioille. Säilyneet kuvat toimivat ikkunoina menneeseen ja toiveisiin mieheyden vaihtoehtoista esittämisestä. Marimekon aineistoista löytynyt kuva kukilla

¹⁸³ Marimekon *Barbique*-essun painettu mainos 1963. Sama lorumainen teksti toistui useissa Marimekon miesten muodin aikalaismainoksissa.

¹⁸⁴ Sarantola-Weiss 2008, 63; ”Peruskoulun puitelaki hyväksytään 1968.” Eduskunnan internetsivut. Vuoden 1970 peruskoulupuitelain myötä monia poika- ja tyttökouluja lakkautettiin tai muutettiin, uuden järjestelmän rakentuessa yhteiskouluajatukselle.

¹⁸⁵ Paoletti 2015, 59–60.

koristautuneesta miehestä Annika Rimalan kukkakoristeisessa *Puketti*-kankaisessa (1964) kauluspaidassaan on esimerkki riikinkukkovallankumouksen omaksumisesta suomalaisessa muodissa ja mieheyden uudelleensuhteutumisesta naiseuteen (kuva 25). Vastaavanlaisia kauluspaitoja ei ole enää myynnissä miehille nykypäivän Marimekko-liikkeissä.

Marimekon unisex-muotia markkinoitiin onnellisuuden kuvilla. Niissä korostui yhteisöllisyys ja sen tuoma onni (kuva 26). Kuvat hyväntuulisista, toisiinsa uppoutuneista pariskunnista vahvistivat unisexin onnellisuuden myyttiä (kuvat 27 ja 28). Kuvasto oli optimistista ja uskollista Marimekon omalle ideologialle.

Marimekon talouskasvu jatkui aina vuoteen 1969 ja menestys pönkitti myös tulevaisuudenuskoa.¹⁸⁶ Marimekon utopia-ajattelu huipentui Marikylä-suunnitelmaan. Aikeena oli toteuttaa arkkitehti Aarno Ruusuvuoren suunnittelema idyllinen kylä, jossa harjoitettaisiin Marimekon omaa elämäntapaa. Ideana oli, että kylä tarjoaisi välttämättömät palvelut ja olisi kokonaisvaltaisen marimekkolainen aina pukeutumisesta sisustuksiin saakka. Asuinalueen kylkeen rakennettaisiin Marimekon tehdas.¹⁸⁷ Marikylä aiottiin rakentaa Porvooseen, jonka jälkeen samankaltaisia kyläyhteisöjä voitaisiin toteuttaa ympäri Suomea. Utopistinen ja suuruudenhulluksi osoittautunut rakennushanke kaatui kuitenkin vuonna 1969 rahoitusvaikeuksiin. Marikylällä oli ”tolkuttoman kallis mainosarvo” hankkeen saadessa näkyvyyttä kansainvälisissäkin aikalaislehdissä.¹⁸⁸ Kulttuurivaikuttaja ja Marimekon hallituksen jäsenenä 1960–1970-luvuilla toiminut Jörn Donner kirjoittaa *Marimekkoilmiössä* (1986): ”Näistä Marimekon taloushistoriassa on kysymys: unelmista ja todellisuudesta. Tai todellisista unelmista.”¹⁸⁹

Hankkeen kariutumisesta huolimatta Ruusuvuori ehti kuitenkin suunnitella ja toteuttaa esimerkiksi elementtirakenteisen Marisaunan (1968) koeversion, jota esitettiin kuvissa idyllinä veden äärellä. Kuvissa nähdään nainen ja mies Rimalan suunnittelemissa *Ruletti*-kietaisutakeissa, mikä yhdistää marimekkolaisen elämäntavan ja unisexin utopian toisiinsa (kuva 29). Kuvan sauna toimii niin unisex-muodin näyttämönä kuin myös yhteissaunomisen myötä sukupuolet konkreettisesti yhdistävänä paikkana. Donner jatkaa *Marimekkoilmiössä*, että unisex-muoti sulautui osaksi marimekkolaista utopiaa:

¹⁸⁶ Donner 1986, 9.

¹⁸⁷ Vainio 2015, 63–64. Armi Ratia käytti Marikylästä termiä ”modern living”: kyläyhteisössä työ ja vapaa-aika sekä lapsi ja vanhus kohtaisivat.

¹⁸⁸ Koivuranta et al. 2015, 17; Ratia 1986, 29.

¹⁸⁹ Donner 1986, 8.

”Marimekko-estetiikka laajeni 60-luvun kuluessa marimekkoiseksi elämänmuodoksi, joka ulottui taiteen uusien muotojen ihailusta vapaamuotoiseen sisustustyyliin ja sukupuolten tasa-arvon korostamiseen unisex-pukeutumisessa. Mittakaavallisesti utopia marimekkoisesta ympäristöstä ulottui teollisesti tuotetusta arkkitehtuurista arkielämän vähäisimpiin esineisiin.”¹⁹⁰

Marikylä-hankkeen kariutuminen antoi tilaa muille utopioille. Niistä toteutui Marimekon tehdas, joka valmistui vuonna 1973 Herttoniemeeseen arkkitehtien Erkki Kairamo ja Reijo Lahtinen toimesta. Alun perin oli suunniteltu, että tehtaan katolle rakennettaisiin päiväkotia Marimekon työntekijöiden lapsille.¹⁹¹ Tämä kuitenkin jäi toteutumatta tuntemattomista syistä, oletetusti joko työntekijöiden lasten vähäisyyden vuoksi tai rakennuslupasyistä. Samoin Ratioiden, ja myöhemmin Marimekon omistama Bökarsin kartano edusti utopistissävytteisiä ideaaleja marimekkoisesta yhteisöllisyydestä. Se toimi kohtaamispaikkana niin marimekkoisille kuin heidän perheillekin, muista vieraista puhumattakaan.¹⁹² Bökars oli varsinainen Marimekon kansankoti, sosiaalidemokraattisuuden kehto.¹⁹³

Marimekon unisex-muoti oli ideologialtaan vahvan sosiaalidemokraattista ja heijasteli Ruotsista periytynyttä kansankodin ideaalia. Unisex-muodista tuli luonteva pari Marimekon 1960–1970-lukujen elämäntavoille ja haaveille omista kyläyhteisöistä. Marimekon unisex-muoti toi hyvinvointivaltion estetiikkaan oman tasa-arvoisuuden ideansa. Värikäs muoti erottui betonin harmaasta arkkitehtuurista, mutta samalla minimalistinen muoti sulautui mutkattomasti 1960–1970-lukujen räväkän värikkäisiin sisustuksiin. Marimekon unisex-muoti haki vaikutteita aikansa taiteista ja myötävaikutti niiden utopioihin.

¹⁹⁰ Donner 1986, 11.

¹⁹¹ Petri Juslinin suullinen tiedonanto tekijälle 23.2.2018.

¹⁹² Vainio 2015, 108; Aav et al. 2011, 57.

¹⁹³ Sarje 1986, 50.

4 Marimekon unisex ja sukupuoli

Tässä luvussa käsittelen Marimekon unisex-muodin sukupuolisuutta kahdessa erillisessä käsittelyosiossa, sillä sama unisex-vaate kantaa erilaisia merkityksiä ollessaan joko naisen tai miehen päällä. Esimerkiksi tietty vaate saattaa näyttäytyä neutraalina miehellä, mutta maskuliinisena naisella ja vastavuoroisesti neutraalina naisella, mutta feminiinisenä miehellä. Tämän vuoksi sekä käsittelyn helpottamiseksi ja analyysin syventämiseksi jaan Marimekon unisex-muodin analyysin tässä tutkimuksessa kahteen osaan, käsitellen naisten ja miesten unisexin ilmentymiä erikseen – poikkeen täten tietoisesti aikalaisen unisex-muodin ideaalista, jossa unisex-muotiin pukeutuneet naiset ja miehet pyrittiin esittämään samassa kuvassa, yhdessä.

Suurimmalta osin Marimekon unisex-mallistot jaoteltiin naisten ja miesten vaatteisiin eri kokoluokilla, jotka määrittivät myös vaateen hinnan. Kokoluokat käyvät ilmi Marimekon tuottamista myyntikatalogeista, joissa esitellään kunkin sesongin vaatemallistoja. Niissä naisten koot ovat useimmiten 34–42, miesten taas 36–46. Marimekko oli kuitenkin tunnettu myös suurikokoisempien ihmisten vaatettajana,¹⁹⁴ joten on vaikea pelkästään koon perustella päätellä, onko kyseessä vaate suurikokoisemmalle naiselle vai miehelle. Muotitoimittaja Anna-Liisa Wiikerin artikkelissa ”Vaatteita niille joille muoti ei sovi” todetaan esimerkiksi, että vaatteita valmistettiin 50-pukukoon naisille.¹⁹⁵ Unisex-muodin määrittelevä pelkän laajan kokovalikoiman perusteella osoittautui siis mahdottomaksi. Lisäksi koko perheen unisex-mallistoissa vaatekokoja on englannin kielestä periytyneiden lyhenteiden mukaisesti (XS–XL) ja lasten senttikoissa (90–140). Tutkimusaineiston perheille suunnitelluissa vaatemallistoissa pukeutujat jaotellaan karkeasti lapsiin ja aikuisiin sukupuolia erittelemättä, lukuun ottamatta alusvaatteita, jotka kuuluivat esimerkiksi *Tasaraita*-mallistoon.

Vaatekokojen huomioimisen lisäksi olen tarkastellut vaatteiden malleja myyntikatalogeista ja leikekansioista löytyneissä kuvissa. Kaikista esille nostamistani esimerkkitapauksista ei ole löytynyt sekä luonnos- tai piirroskuvaa että valmiista vaatteesta otettua valokuvaa, joten niiden puutteen vuoksi on ollut osin vaikea määritellä, mitkä vaatteet ovat olleet unisex-vaatteita. Marimekon vuodesta 1971 lähtien tuottamissa myyntikatalogeissa ei erikseen mainita, onko vaate unisexia vai ei. Tämä kertoo paljon termin aikalaiskäytöstä ja sen neutralisoimisesta; vaatteiden yhteydessä ei välttämättä haluttu liiaksi korostaa sen käyttötarkoitusta. Tutkimusaineiston perusteella voi todeta, että erikseen ei mainittu muodin olevan unisexia, vaan pikemminkin

¹⁹⁴ Esim. Maunula 2000, 10; Tarschys 1986, 101.

¹⁹⁵ HS 1971a.

sukupuolet ”nainen” ja ”mies” jätettiin markkinoinnista pois. Oli tapauskohtaista, miten unisex otettiin vastaan. Usein esimerkiksi *Tasaraita*-mekkojen kohdalla puhuttiin miehen pitävän yllään paitaa, olopaitaa tai yöpaitaa, kun taas naisen kohdalla puhuttiin mekon käytöstä. Aikakauden Marimekon markkinointi ja muut aikalaislähteet siis normalisoivat unisexia kuvastossa, mutta toisaalta käsitteellisellä tasolla jättivät unisexin usein joko huomioimatta, tunnistamatta tai nimeämättä. Otan tarkastelussani huomioon myös vaatteet, jotka muotonsa puolesta muistuttavat unisexia – etenkin naisten päällä nähtävät puvut herättävät kysymyksen, olivatko ne yhtäläillä miesten käytössä.

4.1 Marimekon uusi nainen

Kuten on tullut esille, alkuaikojen Marimekon pyrkimyksenä oli suunnitella naisille käytännöllisiä ja taideteollisella luovuudella toteutettuja vaatteita, jotka eivät taipuneet 1950-luvulle tyypillisiin ultrafeminiinisiin kehyksiin. Uudistusmielistä Marimekkoa syytettiin naisellisuuden romuttamisesta ja epäseksikkäiden vaatteiden suunnittelusta. Kimmo Sarjen mukaan ”Marimekko sai paheksuvaa kritiikkiä osakseen juuri totunnaisten pukeutumistapojen rikkomisesta. ’Marimekkojen’ kritisoitiin olevan epänaissellisia säkkimekkoja ja navettatakkeja, joihin hienon naisen ei ollut soveliaista pukeutua.”¹⁹⁶

Armi Ratia on todennut, että ”nainen on seksikäs – ei mekko”,¹⁹⁷ osoittaen että tietoisesti pyrki tekemään pesäeron vuosikymmenen konservatiiviseen naiskäsitykseen. Marimekosta on puhuttu naisten vapautusliikkeenä, joka soi naisille uudenlaisia mahdollisuuksia ja ennen kaikkea oikeuden mukavaan pukeutumiseen. Marimekko syntyi haastamaan ”kaavamaisuuden” ja ”totunaisuuden” aikana, jolloin vielä monien naisten vaatteiden alla oli naisellisia muotoja keinoitekoisesti luova korsetti.¹⁹⁸ Ratia toivoi Marimekon suunnittelevan yleisvaatteita, jotka antaisivat naisille vapauden keskittyä muuhunkin kuin ulkonäköönsä. Ideana oli, ettei vaatteita tarvitsisi miettiä liikaa, vaan ne mukautuisivat moniin tarpeisiin, vaateen silti edustaessa esteettisiä arvoja.¹⁹⁹

Marimekon naissuunnittelijoita turhautti 1950-luvun miesvaltainen muotisuunnittelu, jossa ei huomioitu naisten vaatteiden käyttömukavuutta. Esimerkiksi Annika Rimala kuvaili vuosikymmentä ja sen muotisuunnittelua seuraavasti:

¹⁹⁶ Turunen 2004, 7.

¹⁹⁷ Siteerattu teoksessa Sarje 1986, 48.

¹⁹⁸ Sarje 1986, 48.

¹⁹⁹ Ibid.

”Sitten kaikki muotitaiteilijat, ne oli miehiä. Siinä oli se sodanjälkeinen muoti, joka oli intensiivistä naisvihaa – 1950-luku. Jumalattomat korsetit ja stilettikorot, ilmeisesti niillä oli ollut jumalattoman häijyt äidit, musta se oli uskomatonta naisvihaa.”²⁰⁰

Naisellisuudesta ei kuitenkaan luovuttu, vaan pikemminkin Marimekko pyrki luomaan omanlaisensa naiseuden. Naisten 1960-luvun muoti tasapainotteli kansainvälisesti seksikkään ja vapautuneen pukeutumisen välillä.²⁰¹ Marimekko otti vuosikymmenen naiskäsitöksen ilolla vastaan ja teki siitä omanlaisensa: nainen sai olla aktiivinen, toiminnallinen, minkälainen ja minkäkokoinen vain. Esimerkiksi *Marimekkoilmiöstä* käy ilmi, että Annika Rimala ei koskaan suunnitellut vaatteita mannekiineja ajatellen,²⁰² toisin kuin monet aikalaiset ja nykypäivänkin suunnittelijat tekevät.²⁰³ Täten Rimala pyrki suunnittelussa ottamaan huomion nekin, jotka kansainvälisen huippumuodin mukaan eivät olleet mallien mitoissa. Suunnittelu kohdistettiin idean tasolla koko Suomen kansaan. Marimekko ei myöskään käyttänyt kuvauksissa ammattilaismalleja, vaan mallit olivat usein työntekijöitä tai heidän tuttaviaan. Marimekko pyrki mainoksillaan puhuttelemaan ”luonnollisia” ja ”ajattelevia” naisia.²⁰⁴

Marimekon aikakauden suunnittelun perimmäisenä lähtökohtana oli olla erilainen vaateyritys. Alkuaikojen Marimekon suunnittelijoista kenelläkään ei ollut muotitaiteilijan koulutusta, joten vain mielikuvitus oli rajana vaatteiden suunnittelulle. Kenties monipuolinen taiteellinen koulutus synnyttikin poikkeuksellisen ennakkoluulottomia vaatteita, omaperäisin kuosein ja mallein. Tavoitteena oli, että Marimekon vaatteissa oli vain välttämättömät elementit. Vaatteista karsittiin pois turhat epämukavuudet, kuten tiukat kohdat tai kavennukset.²⁰⁵

Varhaiset Marimekon vaatteet, kuten Vuokko Nurmesniemen itsetekemät mekot, olivat oman aikansa erikoisuuksia. Hän suunnitteli 1950-luvun yleiseen linjaan nähden maskuliinisia vaatteita, joille oli tyypillistä ryhdikkäät kankaat ja mallit. Tyypillistä oli, että Marimekon suunnittelija kykeni tekemään niin kankaan kuin itse vaateenkin. Tämä erosi vahvasti vielä 1950-luvulla vallinneesta muotoilija-myytistä, jonka mukaan muotoilijan tehtävänä oli suunnitella, mutta tuotteen valmistus jätettiin usein muille.

²⁰⁰ Annika Rimalan haastattelu vuodelta 1986, 9. DMH.

²⁰¹ Paoletti 2015, 59.

²⁰² Sarje 1986, 49.

²⁰³ Ibid.; Seeling 2001 [1999], 445. Kansainvälisesti vasta 1970-luvulla naisten muotiin tuli pyrkimys luonnolliseen kauneuteen.

²⁰⁴ Wiikeri 1986, 40.

²⁰⁵ Ibid., 34.

Liukuvuus Marimekon naisten ja miesten vaatteiden välillä alkoi näkyä 1950–1960-lukujen vaihteessa. Vuoden 1961 *Suomen Matkailu* -lehdessä *Jokapoika* nähdään miehen ja naisen yllä (kuva 30). Kuvatekstissä lukee, että ”kirkkaanväriset, pumpulikankaiset paidat ovat suositeltavia loma-asuja sekä naisille että miehille”.²⁰⁶ Naisella on tumma ja miehellä vaalea *Jokapoika*, heitä yhdistää lisäksi lyhyeksi leikatut hiukset. Toisaalta myös perinteiset sukupuoliroolit ovat kuvassa läsnä miehen ollessa matkalla ajajan paikalle. Kuva kuitenkin osoittaa yhteiskunnallisen ja muodin muutoksen olleen aluillaan. Samankaltainen kuva lyhyttukkaisesta naisesta ja miehestä samanvärisissä *Jokapoika*-paidoissaan esiteltiin vuoden 1967 ruotsalaisesta *Hennes*-naistenlehdestä (kuva 31).

Unisex-aikakausi toi kauluspaidan myös naisten päälle ja vaatteen malli saattoi olla jopa sama sekä naisille että miehille. Tutkimusaineistosta käy ilmi, että alun perin miesten paitana tunnettu *Jokapoika* omaksuttiin hiljalleen naisten vaatteeksi. Puhuttiin ”maripaidasta”, joka erottautui alkuperäisestä pojille nimitetystä vaatteesta tehden kauluspaidasta sekä yleisen Marimekko-vaatteen että toisaalta naisellisen ”mari”-etuliitteensä vuoksi. ”Maripaitaa” käytettiin myös Marimekon mainoksissa:

”Maripaita on saavuttanut jo laajan ystäväpiirin miesten ja naisten, tyttöjen ja poikien parissa. Tämä klassillinen Maripaita uudistuu jatkuvasti väreissään ja on verraton ’yläosa’ pitkien housujen, shortsien ja uimapuvun kanssa pidettäväksi.”²⁰⁷

Löytämäni esimerkit osoittavat, että paidan nimet ”Jokapoika” ja ”maripaita” elivät rinnakkain. Vielä vuonna 1979 Marimekon mainoksessa *Jokapojasta* puhutaan miehen paitana.²⁰⁸ Nimi ”maripaita” saattoikin lähinnä osoittaa *Jokapojan* asemaa todellisena Marimekon klassikko-vaatteena, marimekkolaisten paitana. Sen historia unisex-vaatteena on ristiriitainen: ehkä miehille pyrittiin markkinoimaan *Jokapoikaa* miesten vaatteena, kun taas naistenlehdissä se kuvattiin naisten ja pariskuntien yllä luoden sille uudenlaisia käyttötarkoituksia.

Ruotsalaisen *Expressen*-iltalehden vuoden 1962 mainoksessa puhutaan pelkästä puuvillapaidasta (ruots. *bomullskjörta*) sukupuolittuneen nimen sijaan.²⁰⁹ ”Båda pojkar och flickor i alla åldrar kan ha dem”, kirjoitettiin *Expressen*issä vuonna 1965. Artikkelin kuvassa on rekki täynnä *Jokapoika*-paitoja, vierellään nainen ja mies, kumpikin kauluspaidoissa. Sukupuolta

²⁰⁶ MLK 15.

²⁰⁷ Marimekon *Jokapoika*-paidan painettu mainos 1965.

²⁰⁸ Marimekon *Jokapoika*-paidan painettu mainos 1979.

²⁰⁹ Marimekon *Jokapoika*-paidan painettu mainos 1962.

merkitään kuitenkin kauluspaitojen väreillä: naisella on yllään väljä punainen *Jokapoika*, miehellä taas sininen (kuva 32).

Värivalinnat eivät olleet aina yhtä sukupuolittuneita. Samana vuonna ilmestyneessä ruotsalaisessa *Femina*-naistenlehden kuvassa mies on jätetty kokonaan pois, ja tilalla ovat kaksi naista sytyttämässä savukkeita *Jokapoika*-paidoissa ja suorissa herrainhousuissa, hiihtomyssyt päässään (kuva 33). Kuvasta huokuu vapaa-aika, hiihtomyssyjien viitatessa urheilullisuuteen, mutta toisaalta tauot hiihtokohteessa vietetään tupakoiden. Samankaltainen asetelma on ruotsalaisessa olutmainoksessa vuodelta 1967, jossa kaksi nuorta naista nautiskelevat olutta metsässä, toisella päällään tummanvihreä *Jokapoika* (kuva 34).²¹⁰ Kummastakin kuvasta voidaan lukea merkkejä naisten vapautumisesta – kuvat ikään kuin haastavat katsojan hyväksymään toisenlaisenkin naiseuden sekä romuttamaan vanhat sukupuoliroolit. Olutmainos henkii lisäksi keskioluen vapautumisesta ja alkoholiin liitetyn ilmapiirin murroksesta. Huomattavaa on myös, että kummatkin lehdet ovat ruotsalaista alkuperää.

Marimekon *Jokapoika*-mainos 1970-luvulta on varhaisimpia yrityksen omia mainoksia, jossa *Jokapoika* on kuvattu naisen päällä (kuva 35).²¹¹ Kollaasimaisessa mainoksessa ei ole yrityksen nimen lisäksi muuta tekstiä, vaan sen kahdeksan kuvaa keskittyvät esittelemään erinäisiä Marimekon vaatteita ja asusteita. Valokuvien naismalli muistuttaa hätkähdyttävästi 1960-luvulla kuuluisaksi tullutta englantilaista Twiggyä. Edelliset kuvat osoittavat, miten miehisestä kauluspaidasta muuntuu naisellinen vaate esimerkiksi vahvan meikin avulla. Naisellisuuden yhdistyminen meikkiin ja pitkiin hiuksiin on luultavasti ollut yksi merkittävä keino, miten miehekäs pukeutuminen alun perin ”hyväksytettiin” osaksi naisten pukeutumista.

Edellä mainitut kuvat osoittavat, ettei *Jokapoika* ollut ainoastaan miesten vaate. Vuoden 1972 *Jokapoika*-suunnitelmasta käy ilmi, että paitaa valmistettiin koissa 34–46 ja 48, joista pienemmät luultavasti ajateltiin naisten käytettäväksi (kuva 36). Toisin kuin Rimalan *Tasaraita*, tuli *Jokapoikasta* unisex-muotia käytössä. Kenties pontimena ovat olleet kuvat Armi Ratiasta, jotka osoittivat, että menestyvä ja voimakastahtoinen nainen halusi pukeutua miehen paitaan. Esimerkeillä ja kuvilla on varmasti ollut vaikutuksia siihen, miten unisex-muotiin aikanaan suhtauduttiin sekä minkälaisia merkityksiä se sai yhteiskunnassa. Paidasta ei erikseen tehty

²¹⁰ Oikeanpuoleisella naisella saattaa olla yllään myös *Piccolo*-kankainen mekko, mutta Designmuseon Marimekko-verkkonäyttelyn kuvien perusteella vaate muistuttaa enemmän *Jokapoikaa*.

²¹¹ Mainoksen tarkka ilmestymisvuosi ei ole tiedossa.

naisille suunniteltua mallia 1960–1970-luvuilla, joten periaatteessa naiset ovat ottaneet käyttöönsä miesten paidan. Naisten muunnellut, kavennetut *Jokapoika*-paidat tulivat myyntiin vasta myöhemmin.

Pentti Rinnan *Motti* (1974) sen sijaan suunniteltiin lähtökohtaisesti unisex-kauluspaidaksi. Designmuseon arkiston kuvassa *Motti*-kauluspaitojen pariaksi miehelle on puettu *Kuski*-housut ja naiselle Rimalan vuonna 1972 suunnittelema *Pitkä tarrahame* (kuva 37). Kaikki kuvassa nähtävät vaatteet on valmistettu Rinnan suunnittelemasta *Siirto*-kankaasta (1975). Miesten muodin vapaamuotoisuus näkyy miehen ylhäältä aukinaisessa kauluspaidassa. Naisen yllä *Motti* näyttyy väljänä ja miehekkäänä. Kummankin mallin hiukset on leikattu lyhyiksi, korostaen heidän yhdennäköisyyttään. Toisaalta kuvassa mies poseeraa miehekkäässä asennossa käsi lantiolla ja jalat harallaan. Kuvan nainen on sirommassa asennossa, kädet kehon lähellä.

Mottia valmistettiin monissa eri kuoseissa: toisessa kuvassa tuntemattomasta kankaasta valmistettuihin raidallisiin *Motti*-paitoihin pukeutunut pariskunta huristelee moottoripyörällä. Mies on käärinyt paitansa hihat, hänestä kiinni pitävän naisen kauluspaita näyttää ylisuurelta – ajan kontekstissa miehen paidalta naisen päällä (kuva 38). Pariskunnalla on yhtenevien paitojen lisäksi samanmalliset silmälasit. Yhdistelmä luo tunnelmaa kahdesta älyköstä vapaa-ajan viettossa.

Pentti Rinta suunnitteli minimalististen ja graafisten kauluspaitojen lisäksi ensimmäisenä Marimekolle kokonaisia pukuja. Vuoden 1972 *Kuski* toi Marimekon miehen ja naisen entistä lähemmäs toisiaan. Yves Saint Laurentin esikuvallinen *Le Smoking* (1967) oli ensimmäinen naisille suunniteltu miesten muotia mallintava puku. Suomessa *Kuski* toi uudenlaisia vaihtoehtoja naisten bisnes- ja juhlapukeutumiseen. Marimekon myyntikatalogissa vuodelta 1977 tai 1978 esitellään Rinnan *Kaponen*-kankaasta valmistettua mallistoa. Kuvissa nähdään nainen, jolla on yllään vaalea *Norppa*-takki, jonka pariaksi on puettu *Tasajalka*-housut samaisesta kankaasta (kuva 39). Asukokonaisuus symboloi *Kuskin* tavoin Marimekon 1950-luvulla aloitettua naisten pukeutumisen muutosta ja itsenäistä naista: lyhyttukkainen nainen lentokenttämiljöössä näyttäytyy itsevarmana ja voimakkaana, kantaessaan omia laukkujaan rennosti. Toisessa katalogin kuvassa nainen nähdään myös lentokoneen ohjaamossa, kurkistamassa ikkunasta ulos antaen naiselle lentäjän olemuksen (kuva 40). Yllään naisella on luultavasti Rinnan suunnittelema mustavalkoraidallinen *Naakka*-haalari. Edellä mainitut kuvat luovat kuvaa vahvasta ja itsenäisestä marimekkolaisesta naisesta.

Kuten luvussa 2.2 käy ilmi, urheilullisuus tuli muotiin vahvasti 1970-luvun Suomessa. Unisex-aikakausi tarjosi pariskunnille yhteistä päälle pantavaa vapaa-ajalle. Ulkoilu nähtiin yhteisenä ajanvietteenä ja unisex hallitsi ajan lenkkipolkujen estetiikkaa (kuva 41). Annika Rimalan *Hyttyssuoja* (1972) oli Marimekon vastaus vuosikymmenen urheilumuotiin (kuva 42). Vuoden 1973 myyntikatalogin kuvassa miehellä nähdään punainen verryttelyasu, naisella vihreä. Urheilulliset vaatteet vakiintuivat hiljalleen myös arkikäyttöön – ajan muodin vaikutteet ovat kantautuneet nykypäivääinkin. Malliston vaatteet muistuttavat verryttelyasuja, jotka kuuluvat nykypäivän suomalaiseen arkivaatetukseen. Marimekon myyntikatalogeista käy ilmi, että *Hyttyssuoja*-mallisto koostui mukavista vapaa-ajan vaatteista, kuten ”huppupuserosta”, ”puserosta” ja ”pitkistä housuista”.²¹² *Hyttyssuoja*-malliston kaltaiset urheiluvaatteet loivat mielikuvaa urheilun tasa-arvoisuudesta sisällyttäen myös naiset urheilukuvastoon. Vuoden 1974 syksy–talvi -mallistoon kuului pinkki *Hyttyssuoja*, joka nähdään katalogikuvassa sekä naisen että miehen päällä (kuva 43).

Marimekko tuotti ulkoiluvaatetusta myös hiihtopoluille. Vuoden 1973 *Kotiliedessä* esitellään Marimekon puuvillasta valmistettu unisex-ulkoiluhaalari (kuva 44). Kuvan yhteydessä ei kuitenkaan mainita haalarin suunnittelijaa, malliston nimeä tai suunnitteluvuotta. Muodoltaan haalari muistuttaa Pentti Rinnan *Renkiä* (1973), vaikkakin taskut ovat kuvan haalarissa ylemmänä ja haalarissa on lisäksi huppu. Haalareissa on kuitenkin samanlainen kavennus vyötäröllä ja samaa väljyyttä esimerkiksi hihan suissa. Julkaisuvuoden perusteella lehdessä esitetty haalari voisi siis olla jonkinlainen versio *Renki*-mallistosta.

Varsinainen Marimekon unisex-haalarien aikakausi alkoi 1970-luvulla, mutta ensimmäiset haalarit Marimekko esitteli jo 1950-luvulla. *Piccolo*-kankainen *Puutarhuri* (1956) ei ollut vielä unisexia, mutta johdatteli naisten muotia tulevalle vuosikymmenelle.²¹³ Tunte mattoman 1950-luvulta olevan lehden kuvassa esitellään *Puutarhuri*-haalaria saatetekstillä ”nykyajan hoikat ja reippaat naiset käyttävät mielellään housuasua”.²¹⁴

Haalarit tulivat Marimekolle ”perusvaatteina”, joita suunniteltiin sekä naisille että miehille. *Uudessa Suomessa* vuonna 1972 julkaistussa artikkelissa julistetaan Marimekon ottaneen miehetkin mukaan osaksi marimekkolaisuutta, eikä miesten vaatemallistot olleet jäämässä poikkeuksiksi.²¹⁵ ”Perusvaatelinja” syntyi tarjoamaan yksinkertaisia ja käytännöllisiä vaatteita

²¹² MMK kevät 1972.

²¹³ Designmuseon Marimekko-verkkonäyttely.

²¹⁴ MLK 3.

²¹⁵ *Uusi Suomi* 1972.

naisille ja miehille. Perusvaatelinjaan kuului housuja, haalareita, trikoovaatteita ja takkeja. Uudet vaatteet tarjosivat vaihtoehdon värikylläiselle ja kuoseilla leikittelevälle Marimekolle, luottaen yksinkertaisiin materiaaleihin ja värivalintoihin.

Rimalan *Peltomies*-mallisto 1970-luvun puolesta välistä ilmensi ”miehekästä” muotia naisille (esimerkiksi kuva 51). Kyseessä oli Marimekon siihen mennessä laajin mallisto. *Viiriäinen*-kankaasta valmistetut unisex-vaatteet olivat ajan muodin mukaisesti suunnattu niin aikuisille kuin lapsillekin. Ryhdikkäät puserot saivat tosin pehmeämmän sävyn vyötäröä kaventavasta kietaisuvyöstä, joka oli kenties inspiroitunut japanilaisen minimalistista kauneutta edustavasta muodista. *Peltomies* viittasi niin työväkeen, suomalaiseen kansanperinteeseen kuin unisexin tavoitteeseen asettaa nainen tasa-arvoisempaan asemaan, tosin miehisiin kehyksiin.

Samoin Pentti Rinnan *Renki* (1972) viittasi suomalaiseen työväen perinteeseen ja kulttuurihistoriaan (kuva 45). Marimekon mainoskuvassa *Renki*-haalariin sonnustautunut lyhythiuksinen nainen kulkee talvisella hangella yhdessä *Kuski*-pukuisen miehen kanssa. Mustavalkoisessa valokuvassa mallien tummat, askeettiset vaatteet saavat armeijamaisia piirteitä. Samoin kuin *Peltomies*-mallistossa, korostuu *Rengin* naisellisuus kavennetussa vyötärössä. Vaatteessa on kuitenkin väljyyttä eikä se korosta naisellisia muotoja samalla tavalla kuin ajalle tyypilliset ihoa myötäilevät haalarit (kuva 46). Marimekon suunnittelijat pyrkivät haalarimuodissa kauemmas aikakauden naisten kehoa seksualisoivista *catsuit*-haalareista, jotka tekivät pukeutujan sukupuolen harvinaisen selväksi.

Varsinkin katsottaessa kuvaa *Renki*-haalaresta sen unisex-käytössä kiinnittyy huomio vaateen tapaan häivyttää naisen sukupuoli karsimalla totuttuja naiseuden esittämisen malleja (kuva 47). Kankaan laskeutuessa väljästi kehon päälle tekee vaate kehoista tasavertaisia. Marimekon varhaispolitiikan mukaisesti haalari ei liiaksi keskity kehon muotoihin, mutta toisaalta haalarikuvastossa mallit olivatkin poikkeuksetta hoikkia. Väljät lahkeet eivät korosta jalkojen urheilullisuutta, keveästi kavennettu vyötärölinja antaa keholle sopuuhaisuutta ja tekee yläosasta harteikkaan. Haalarin leveät hihat viimeistelevät harmonisen kokonaisuuden.

Vuonna 1972 *Aamulehdessä* hämmästeltiin perusvaatelinjaan kuulunutta *Renki*-haalaria, joka oli valmistettu armeijan käyttämästä harmaasta, jämäkästä nankin-puuvillasta (nyk. nankiini). *Renki*-haalari yhdistetään artikkelissa ”idän ihmisten vaatteisiin”, kenties kulttuurivallankumouksen aikaisen Kiinan univormuihin ja puuvillan alkuperästä johtuen. Kiinan Nanjingistä periytyvä nankiini nähtiin askeettisena materiaalina, joka sopi Marimekon käytännöllisten

vaatteiden linjaan. Niin kutsutut Marimekon ”perusvaatteet” tarjosivat 1970-luvun ”värikyl-
läänä aikana ... monenkirjavalle pukeutumiselle yksivärisen ja yksinkertaisen vaihtoehdon”.²¹⁶
Haalari on perinteisesti ollut työasu: suojaava, lämmin ja ergonominen, täten ihanteellinen
yleispäteväksi käyttövaatteeksi. Haalarimallin ottaminen mukaan vaatemallistoon henkii futu-
ristisuuden lisäksi myös vasemmistolaisuudesta, assosioituessa vahvasti työläisiin.

Perusvaatelinjan tuotteita kuvaillaan sellaisiksi, joita ”ihminen eniten tarvitsee”.²¹⁷ Liisa Su-
vannon vuoden 1973 *Pomppa*-duffelitakki oli sekin unisex-vaate peruskäyttöön (kuva 48).
Lämpimästä villakankaasta valmistettu takki oli raskaampi ja tavallisemman oloinen vaate,
kuin Marimekon muut aikalaiset unisex-vaatteet. Se on myös tutkimusaineiston ainoa unisex-
ulkotakki.

Jotkin aineiston kuvista ovat nykykatsojalle hämääviä. Esimerkiksi kevään 1973 myyntikata-
login kuvassa näemme kaksi henkilöä sonnustautuneena Pentti Rinnan vuonna 1972
suunnittelemiin *Vedos*-kankaasta valmistettuihin *Muunto*-jakkuun ja -hameeseen (kuva 49).
Kuvassa näyttäisi ensisilmäyksellä olevan vaaleatukkainen nainen sekä pidempi, silmälasipäi-
nen ja tummatukkainen mies tai miehekäs nainen. Miehekkyyttä korostavat selkeästi erottuva
aataminomena, jyrkät leukaperät ja mallin rotevuus. Kulmikkaat silmälasit kätkevät katseen,
hameen helman alta paljastuvat ruskettuneet ja lihaksikkaat jalat. Tarkastellessa muita Pentti
Rinnan vuosien 1972–1973 vaatemallistojen katalogikuvia, voi kuitenkin löytää samaisen hen-
kilön, puettuna Rinnan *Jenkka*-malliston mekkomaiseen kauluspaitaan. Tällä kertaa kuvassa
näyttäytyy nainen, jonka naisellisuutta korostavat pehmeämmät piirteet, solakat kädet ja rinnan
muotoa myötäilevä paitamekko. Entistä selvemmin naisellisia piirteitä korostetaan *Ruusa*-kan-
kaista *Terhakka*-vaatemallistoa esitellessä. Kuvassa on kaksi lyhythiuksista naista,
kukallisissa, kapealinjaisissa mekoissa. Samaksi malliksi hahmon tunnistaa muun muassa kul-
mikkaista silmälasista (kuva 50). Aikalaislehdistä käy ilmi, että samainen nainen toimi
Marimekon isokokoisille tarkoitettujen vaatteiden mallina, mainostaen myös odottaville äi-
deille sopivia vaatekokoja.²¹⁸

Futurismi ja androgynia tulivat kansainvälisesti muotiin 1960–1970-luvuilla. Etenkin naisten
yllä androgyynisyys näkyi ajan haalarimuodissa ja muodikkaissa, lyhyiksi leikatuissa hiuk-
sissa. Marimekon vuoden 1976 myyntikatalogin kannessa korostuu androgyynisen naisen
voimakkuus ja tyylikkyys (kuva 51). Lyhyttukkainen nainen on sonnustautunut ohutraitaiseen

²¹⁶ *Aamulehti* 1972.

²¹⁷ *Uusi Suomi* 1972.

²¹⁸ Esim. *HS* 1971a.

Viiriäinen-kankaasta valmistettuun *Peltomies*-paitaan, jonka helma on sullottu samasta kankaasta valmistettuihin housuihin. Housujen malli levenevine lahkeineen korostaa lantiota. Lukuun ottamatta kaventuva vyötärö, voisi luulla mallilla olevan yhden koon liian suuri vaate yllään. Väljäksi jäävä paidan kangas häivyttää rinnat ja korostaa hartioden leveyttä, antaen mallille maskuliinisen vaikutelman. Huulet ovat maalatut ja silmät voimakkaasti meikatut. Kasvojen jylhyys korostuu vahvan kontrastisessa kuvassa, tuoden esiin terävät poskipääät ja kulmikkaan leuan. Kuva henkii futurismia androgyniallaan. Kuvassa nähtävä vaate ja malli omaavat sekä maskuliinisina että feminiinisinä pidettyjä piirteitä saattaen ne uudenlaiseen vuoropuheluun. Marimekon väljät vaatteet häivyttivät pukeutujan sukupuolta ylikorostamatta mallin naisellisia piirteitä. Kuvan androgynia ennakoi 1980-luvun populaarikulttuuria, jossa David Bowien ja Grace Jonesin kaltaiset muusikot leikittelivät ulkonäöllään, häivyttäen sukupuolten välisiä rajoja.

4.2 Miesten Marimekko

Jokapoika-paitaa voidaan pitää Marimekon suunnittelemista vaatteista eniten ”perinteisenä” miesten vaatteena. Kauluspaita asettui samaan jatkumoon miesten pukumuodin kanssa, vaikka se valmistettiin rennommasta kankaasta ja sopivaksi vapaamuotoisempaan käyttöön. Malliltaan Marimekon suunnittelemat kauluspaidat olivat usein väljiä ja hakivat inspiraationsa muun muassa kuvitteellisten maalaisten pussimaisista paidoista. Kuvissa miesten kauluspaidoissa sai olla käärityt hihat, eikä paitaa tarvinnut napittaa ylös asti, kuten muun muassa vaatesuunnittelija Ristomatti Ratia esimerkillään näytti (kuva 52). Hänen silloisen vaimonsa Kristina Ratian *Jokapoika*-paidan hihat ovat niin ikään kääritty ja paidan ylimmät napit on jätetty auki.

Kauluspaita liitetään menestykseen ja sivistykseen. Kauluspaidalle on ollut tyypillistä yksinkertainen malli, joka korostaa pukeutujan hyvänä koettuja piirteitä, kuten ryhdikkyyttä ja harteikkuutta. Kenties juuri hartioden leveyttä korostavan mallinsa vuoksi perinteinen kauluspaita oli jäänyt miesten vaatteeksi. Osassa aineiston kuvista näyttääkin siltä, että naisen päälle on puettu miehen paita, mistä kielii esimerkiksi vaateen väljyys, suuri koko ja harteikkuus.

Marimekon myyntikatalogissa 1970-luvun alusta esitetään nainen ja mies *Jokapoika*-paidoissa ja farkuissa. Kuvan miehellä on pidemmät hiukset kuin naisella, mikä ilmentää aikakauden kampaamuotia (kuva 53). Miesten 1960–1970-lukujen muodille merkittävin ilmiö oli riikin-kukkovallankumous. Muoti muutti käsityksiä miesten pukeutumisesta, tuoden markkinoille

aiempaa värikkäämpiä, prameilevampia ja ornamentaalisempia vaatteita. Miesten muodin kanalta muutos oli radikaali, sillä yhtä loistokasta pukeutumista valtavirtamuodissa ei ollut nähty lähestulkoon vuosisatoihin. Riikinkukkovallankumous toi ajan miesten muotiin tietyn yksilöllisyyden ja pyrki luomaan monipuolisempaa käsitystä mieheydestä. Naisten tavoin miehetkin osallistuivat totuttujen, vanhahtavien sukupuolikäsitysten vastustamiseen.

Marimekko tunnettiin 1960-luvulla vaatteidensa värikylläisyydestä ja leikittelevistä kuoseista, mutta ne olivat suunniteltu naisille. Aikakauden miesten muodin kansainväliset muutokset näkyivät kuitenkin selkeästi Marimekon miehille suunnittelemissa vaatteissa ja unisexissa. *Uusi Maailma* -aikakausilehti esitteli kesäistä unisex-muotia vuonna 1968: kuvan mies ja nainen ovat pukeutuneet *Tasaraitoihin* ja niiden ylle puettuihin Annika Rimalan sinivalkoisiin *Jokeri*-kankaisiin (1967) vaatteisiin (kuva 54). Heidän vaatteensa sulautuvat ympäröivään sinivalkoiseen sisustukseen.

Vuoden 1970 *Annassa* juhannusmuotiin kuuluvat niin ikään unisex-vaatteet. Kuvan pariskunta on pukeutunut samasta kankaasta valmistettuihin *Ruletti*-kietaisutakkeihin. Vaikka vaatteet ovat unisexia, ilmaistaan sukupuolta niiden väreillä. Hymyilevällä miehellä on yllään sinivalkoinen, kun taas naisella punavalkoinen kietaisutakki (kuva 55). Kuvan pehmeäpiirteinen mies näyttäytyy kuvassa naisellisenä. Miehen kampa on huoliteltu, vyöllä kavennettu vyötärö antaa rinnalle korostetun pyöreän muodon.

Mieheyttä pehmennetään niin ikään kietaisuvyöllä koristetulla *Kuski*-jakkupuvun takilla (kuva 56). Takin kaulus on jätetty hivenen auki, antaen miehen olemukselle rentoutta. Miehen vierellä olevalla naisella on miestä hiukan pidemmät hiukset ja samaisesta *Korko*-kankaasta valmistettu asukokonaisuus. Raidallinen kangas sulauttaa naisen ja miehen vaatteet yhteen. Naisen yllä oleva hame rajautuu kuvasta pois korostaen asukokonaisuuksien yhdenmukaisuutta.

Uudenlainen, 1960–1970-lukujen mieheyden ihanne sai vaikutteita aikansa populaarikulttuurista, kuten yhdysvaltalaisilta ja iso-britannialaisilta yhtyeiltä ja muusikoilta, jotka nousivat monien miesten tyyli-ikoneiksi rikkoessa sukupuolinormien rajoja. Tuntemattoman aikalaislehden kuvassa vauvan kanssa poseeraava pariskunta näyttäytyy yhdennäköisenä (kuva 57). Kummallakin on päällään Marimekon kauluspaidat, joiden ylimmät napit on jätetty auki. Molempien hiukset ovat lähes yhtä pitkät ja kiharat. Miehen kasvot näyttävät yhtä huolitelluilta kuin hänen vierellään makoilevan naisen.

Marimekon kukkakuvioiset, värikkäät vaatteet tulivat lasten muotiin 1960-luvulla. Vuoden 1967 *Me Naisten* artikkelin kuvassa Olli-niminen poika on sonnustautunut koreaan, Annika Rimalan suunnittelemaan violetin väriseen *Kukka*-kankaiseen (1965) kauluspaitaan. Jalassaan Ollilla on kiiltonahkaiset sirot kengät ja niiden parina mustat kiiltävät housut (kuva 58). Kuvateksti kertoo, että ”kun Olli lähtee mummin luo hänelle puetaan *Kukka*-kankainen paita ja pieni pyöreä lippis.”²¹⁹ Pojan asento on tanssillinen, käsien ollessa ristissä ja pään kallistettuna, toisen jalan noustessa lattiasta. Hymyilevällä pojalla on kainalossaan pehmolelu sukupuolitetun lelun, kuten auton tai leikkipyssyn, sijaan. Kuva osoittaa, kuinka aikuisten muotien visuaaliset muutokset vaikuttivat myös lasten pukeutumiseen.

Marimekon *Tasaraita*-mallisto tarjosi tasa-arvoisen ideologiansa ohella miehille uudenlaisia vaatemaleja. Vuonna 1968 luotu mallisto tarjosi monenlaisia, *Tasaraita*-kuosilla koristeltuja vaatekappaleita, jotka kaikki alusvaatteita lukuun ottamatta suunniteltiin sukupuolineutraaliin käyttöön. *Tasaraita*-mekkoakaan ei ollut tarkoitettu ainoastaan naisten käyttöön; sekä lyhyt että pitkä malli nähdään tutkimusaineistossa monesti myös miesten päällä. Miehet puettiin *Tasaraita*-mekkoon ryhmäkuvissa, kuten perhekuville ja parisuhdekuvissa, sekä yksin esiintyen. Esimerkiksi vuoden 1969 *Anna*-lehden jutussa ”yksi = kaksi” keskitytään unisex-muotiin, joka vaatettaa pariskunnat. Lehden kuvassa nähdään nainen ja mies pukeutuneena *Tasaraita*-mekkoihin, mutta kuvatekstissä mekkoa ei mainita: ”Marimekon pitkät paidat sopivat yhtä hyvin pojalle kuin tytöllekin.”²²⁰

Vaikka selkeästi 1960–1970-lukujen *Tasaraita*-mallistoon kuului unisex-mekko, ei siitä sellaisena miesten päällä puhuttu. Englanninkielisessä lehdistössä puhuttiin usein yöpaidasta (engl. *nightshirt*) välttämällä mekko-sanan käyttöä. Ruotsalaisessa *Bildjournalen*-viikkolehdessä huomiodaan, että osassa kaupoista miehen on uskaltauduttava naisten osastolle ostaakseen itsellensä *Tasaraita*-mekon: ”Polkagrisrandigt i rött och vitt ... Marimekkos sov-, sommar- eller inneplagg finns också i Tempo (Men han måste gå till damavdelningen om han ska köpa dem.)”²²¹ Lehden kuvassa polkkatukkainen nainen seisoo pitkässä *Tasaraita*-mekossa ja hänen edessään on polkkatukkainen mies lyhyessä *Tasaraidassa*. Ilman kuvatekstiä on vaikea päätellä polvillaan olevan henkilön sukupuolta (kuva 59). Kuvatekstissä huomiodaan vaateen ongelmallisuus – muoti muuttui nopeammin kuin aikakauden yleinen ilmapiiri.

²¹⁹ *Me Naiset* 1967.

²²⁰ *Anna* 1969b.

²²¹ *Bildjournalen* 1969.

Aloitteellisuus ei välttämättä ollut helppoa 1960–1970-lukujen hiljalleen muuttuvassa ilmapiirissä. Kenties naisen oli helpompaa kävellä ostoksille miesten osastolle, hoitivathan naiset suuren osan perheen kotitaloudesta ja hankinnoista. Miehen käynti vaateostoksilla naisten osastolla olisi luultavasti herättänyt enemmän huomiota.

Jotkin aikalaislehdet tekevät poikkeuksen ja nimeävät vaateen selkeästi mekoksi. Brittiläisessä *Sunday Times* -päivälehdessä kirjoitetaan vuonna 1969 aikuisten mini- ja maksimekoista, toisaalta täsmentämättä että mekko on suunniteltu miehenkin päälle. Artikkelin kuvassa viiksekäs hahmo lapsikatraan seassa on kuitenkin sonnustautunut pitkään *Tasaraita*-mekkoon (kuva 19).²²²

Vastaavanlainen ”unimekko” ei ollut uusi ilmiö, vaikkakin sen näyttäytyminen 1900-luvun mainoskuvastossa ei ollut yleistä. Pitkää paitamekkoa on käytetty aiemmin pukeutumisen historiassa niin alusvaatteena kuin tunikamaisena paitanakin. Vielä 1800-luvun lopulla käytettiin sukupuolineutraalia aluspaitaa, jonka perusmuoto oli säilynyt samanlaisena keskiajalta lähtien. Paidan pituus vaihteli, sen helman ulottuessa joissakin malleissa polviin saakka, toisissa helma loppui reisien yläosaan.²²³ Tultaessa 1800-luvulle alusvaatteista tehtiin näkymättömiä, sillä kaikki seksiin tai sukupuolielimiin julkisesti viittaava koettiin sopimattomaksi vuosisadan sievistelevässä ilmapiirissä. Miesten alusvaatteista käytettiin termiä ”sanoin kuvaamattomat” (engl. *inexpressibles*) tai niihin viitattiin puhumalla niiden materiaalista, kuten pellavasta.²²⁴

Vastavuoroisesti modernit alusvaatteet alkoivat ilmaista miehisyyttä. Miehestä tuli eroottisen halun kohde 1970-luvulla, mikä korostui miehen kehon paljastamisena niin alusvaatteissa, tiukoissa housuissa kuin avonaisissa paidoissa.²²⁵ Aikakauden ideaalimies ilmaisi aktiivisesti seksuaalisuuttaan, mikä oli suuri muutos aiempaan. Miesten alusvaatteet oli totuttu pitämään piilossa 1800-luvulta lähtien, välttämällä mielikuvia miehen kehollisuudesta ja näkyvästä seksuaalisuudesta. Miesten alusvaatteet oli totuttu näkemään aiemmin ”naurettavina”, jotka tulisi pitää katseilta piilossa. Esimerkiksi muotitoimittaja Anna-Liisa Wiikeri huomioi alusvaatekulttuurin murroksen 1970-luvulla:

”Meidän suomalainen miehemme sellaisena kuin meidän Herramme hänet loi, lähimain ainakin. ... Siihen aikaan kun äiti oli nuori ei puhuttu alusvaatteista yleensä eikä miesten

²²² *Sunday Times* 1969.

²²³ Cole 2010, 12.

²²⁴ Ibid., 31.

²²⁵ Lönnqvist 2003, 383. Miesten alusvaatemuoti alkoi saada ”naisellisia” piirteitä, alusvaatetuksen ollessa niukkaa, alastomuuteen vihjaavaa ja sukupuolta korostavaa.

alusvaatteista erityisesti. Eipä silti, että ainakaan viime mainitusta niin kovin paljon puhumista olisi ollutkaan. Ne olivat valkoiset, niiden takamus ja polvien kohdat lötköttivät, niitä pidettiin avio-onnen pahimpina vihollisina.”²²⁶

Murros on nähtävissä myös esimerkiksi *Kauneus ja terveys* -lehden vuoden 1968 artikkelissa ”Miten playboy pukeutuu?”. Artikkelissa todetaan suomalaisen esimerkillisen ”playboyn” pukeutuvan *Tasaraita*-alusvaatteisiin, jotka toimivat hyvin pukeutuvan playboy-miehen hyväksyttävänä ”muotioikkuna”.²²⁷

Tasaraita-mallisto pitkine mekkoineen tarjosi miehille matalan kynnyksen feminiinistä pukeutumisesta, sillä mukavan, pehmeästä kankaasta valmistetun pitkän mekon saattoi pukea päälleen katseilta suojassa omassa kodissaan. Ilmiö olisi ollut varsin erilainen, jos pitkät *Tasaraita*-mekkot olisivat rantautuneet miesten muodin katukuvaan. Ajan kuvastossa miehen pukeutuminen *Tasaraita*-mekkoon oikeutettiin omassa kontekstissaan, mukavana perheen tai lähipiirin kesken ylle puettavana olovaatteena. Mekkoon sonnustautuneita miehiä ei kuvattu julkisissa ympäristöissä.

Vuoden 1968 *Feminan* kuvassa nainen ja mies ovat molemmat pukeutuneet punavalkoiseihin *Tasaraita*-mekkoihin (kuva 60). Naisen mekon helma ulottuu nilkkoihin, kun taas miehen mekko paljastaa lihaksikkaat jalat ja vain juuri peittää nivuset. Muotikuvastossa ei ollut ennen 1960-lukua yleistä esittää samassa kuvassa miestä vähäpukeisempana kuin naista. Naisen seksualisoinnilla oli jo pitkät perinteet ja kiihtyvän kulutuskulttuuriin kasvun myötä naisen vartalon kaupallistaminen oli yleistä. Kuvassa mies esitetään pukeutumisensa kautta ensinnäkin tasa-arvoisena naisen kanssa, mutta toisaalta myös haavoittuvaisempana. Paljastettu iho horjuttaa totuttua valta-asemaa, jossa naisen keho on katseille paljastettuna, mutta miesten näkymättömissä. Katse kohdistuu kuvassa häpeilemättä mieheen ja hänen paljastavaan mekkoonsa. Nainen on kyykistynyt, käsiään lukuun ottamatta mekkoonsa verhoutunut. Kuva kääntää pääläelleen totutun muotikuvaston ja asettaa miehen hetkellisesti muotikuvaston naisen asemaan – katseiden alle, paljastetuksi. Kuvan mukainen pukeutuminen luo uudenlaista mieheyttä, jossa mies on kuvan naiseen verrattuna erotisoidummassa asemassa. Mieheen ylle puettu mekko ei näyttäydy niinkään naisellisenä, vaan korostaa mieheyttä ja urheilullisuutta. Kyseisen kuvan tulkinta on monisyistä, kuvan elementtien ja komposition liittyessä niin muodin visuaalisiin muutoksiin kuin yhteiskunnan pornoistumiseenkin.

²²⁶ HS 1971b.

²²⁷ *Kauneus ja terveys* 1968.

Vuoden 1969 *Femina*-lehden ”Uppställning man-grant” -reportaasin kuvituksessa rinnastetaan erilaiset miehet ja heidän pukeutumisensa (kuva 61). Saman artikkelin kuvissa miehet poseeraavat pitkissä *Tasaraita*-mekoissa, alusvaatteissa ja lyhyissä paitamekoissa:

”Plaggen i detta reportage är slumpvis utvalda. Vi vill med dem försöka ge en impuls till mera avspänd, fantasifull klädsel. Inte diktera, då uniformeras vi på nytt. Ställ dej framför spegeln. Tänk bort den vita skjortan. Tänk dit en glad färg. Hela du skulle kännas ny. Börja med skjorta och strumpor. Vid nästa storköp har du helt tänkt om.”²²⁸

Miehiä rohkaistaan jättämään taakseen pukeutumisen tylsyys ja yksitoikkoisuus, yllättämään itsensä pukeutumalla esimerkiksi mukavaan ja vapaamieliseen *Tasaraitaan*. Artikkelin kuvituksessa esiintyvät monen sukupolven miehet, lapsista keski-ikäisiin miehiin.

Artikkelissa korostetaan yhteisöllisyyttä ja monenlaisten miestyyppeiden hyväksyntää. Kuvassa olevien miesten olemus henkii huolettomuutta ja arkisuutta: näin kuka tahansa mies voisi pukeutua! Kuvassa parrakkaalla, tummalla miehellä on yllään keltavalkoraitainen *Tasaraita*-mekko. Hän lukee keskittyneesti sanomalehteä, viiden eri-ikäisen miehen ympäröimänä. Kaikkien muiden kuvan miesten katse kiinnittyy niin ikään miehen lukemaan sanomalehteen. Mekkoon puettu mies on siis kuvan keskipisteenä, mikä korostaa asuvalinnan luonnollisuutta. Miestä ei ole laitettu taka-alalle, eikä hänen pukeutumiseensa kiinnitetä kuvassa sen kummempaa huomiota. Hänen vierellään on kaksi miestä pukeutuneena lyhyisiin paitamekkoihin, jotka paljastavat miesten reidet ja sääret. Muut kuvassa olevat miehet ovat pukeutuneet alushousuihin ja T-paitoihin, jotka paljastavat miesten käsi- ja jalkalihakset. *Tasaraita*-mekkoon pukeutuneen miehen jaloissa seisoo nuori poika, raidallisessa paidassa ja housuissa. Kyseinen kuva esittää mieheyttä monipuolisesti ja vapautuneesti. Samassa kuvassa mieheyttä erotisoidaan paljastavilla vaatteilla, mutta toisaalta peitetään ja feminisoidaan mekoilla.

Tasaraitaa ja muita trikoomallistoja esittelevissä kuvissa korostuu niiden merkitys olovaatteena. Malliston eri osat puetaan sunnuntaisiksi oloasuiksi, joissa vietetään yhteistä aikaa perheen kanssa tai parisuhteessa. Pariskuntien sonnustautuminen samanmalliseen trikoomekkoon korostaa naisten ja miesten tasa-arvoisuutta suhteessa, sekä muuttuvassa yhteiskunnassa.

Alkuperältään tuntemattomassa kuvassa makaavat mies ja nainen sylikkään, kumpikin pukeutuneena leveäraitaisiin Rimalan vuonna 1971 suunnittelemiin *Galleria*-mekkoihin (kuva 62).

²²⁸ *Femina* 1969.

Kuva ilmentää unisexia puhtaimmillaan: miehellä ja naisella on yllään sama malli, ilman mitään huomattavia eroja. Marimekon syksyn 1971 myyntikatalogista käy ilmi, että *Galleria*-mallistoon kuului lyhythihainen paita, siihen suunniteltu alaosa ja pitkä yömekko.²²⁹ Sukupuolia ei katalogissa erotella lainkaan, ainoastaan vaatteiden koot mainitaan, joita aikuisille oli XS–XL. Naiseutta tai mieheyttä ei ole pyritty kuvassa tuomaan esiin vaatteiden mallilla tai värivalinnoilla. Mekkojen väriksi on valittu keltavalkoraitainen, mikä on värikeskustelussa osoittautunut sukupuolineutraaliksi. Hiuksetkin näyttävät olevan kummallakin lyhyet, eivätkä ne korosta sukupuolten välisiä eroja.

Samanlainen mekon neutralisointi tapahtuu vuoden 1973 *Hennes*-lehden kuvituskuvassa, jossa pariskunnasta kumpainenkin on pukeutunut pitkiin *Tasaraita*-mekkoihin. Aikaisempi artikkelin kuvitus kuvaa naista ja miestä ravintolassa: naisella on yllään syvään uurrettu hihatton ja ihoa myötäilevä mekko, mies on pukeutunut valkoiseen pukuun. Kotona romanttisen illallisen päätteeksi pariskunta vetää ylleen unisex-mekot ja syventyy keskusteluun sängyn laidalla (kuva 63). Kuvan punainen valaistus vihjaa, että illan romantiikka jatkuu pitkissä unisex-meikoissakin.

Feminiinisempänä punavalkoraitainen *Tasaraita*-mekko näyttäytyy tummatukkaisen miehen päällä, joka loikoilee Maija Isolan *Pullopsti*-kankaalla (1965) verhotun sängyn päällä (kuva 64). Miehen katse on keskittynyt punaiseen radioon, jota hän sormeilee, toisen käden tukiessa päätä. Hameen helma paljastaa jalat, jotka ovat vienosti ristissä. Radion vieressä lojuu punainen Marlboro-aski sekä keltainen lautanen tuhkakuppina. Kuvan mies viettää lepoa hetkeä sängyllä, rennosti mekossa maaten. Mekko korostaa pehmeitä muotoja, kuten miehen takamusta. Mies makaa sängyllä puoliksi kyljellään lantionsa varassa, jalat koukussa.

Kuvasta välittyy hyvin erilainen tunnelma kuin aiemmin käsitellyistä trikoomallistoja esittelevistä kuvista. Mies on yksin nauttimassa vapaa-ajastaan. Kuvan katsoja ei pääse rinnastamaan kuvan miestä joukkoon muita miehiä tai vierellä olevaa naista. Kuvan mies tekee selväksi sen, että näin mies pukeutuu – hänen ei tarvitse perustella vaatevalintaansa katsojalle tai näyttää, että näin muutkin vierelläni pukeutuvat. Kuvassa häivytetään naisen läsnäolo, tekemällä mekkoon pukeutumisesta itsenäisen ja miehekäs valinta. Mekko rinnastetaan omaan vapaa-aikaan ja mukavuuteen.

²²⁹ MMK syksy 1971.

Annika Rimalan *Pallo*-malliston yömekkoja esittelevässä kuvassa miestä ei myöskään esitetä korostetun maskuliinisena (kuva 65). Mies pitkässä mekossa halaa vasemmalla kädellään tiukasti naista, toisella kädellä nostaen naisen samanmallisen mekon helman reiden yläosaan asti. Hymyilevän, toisiinsa keskittyneen pariskunnan kuvaamisessa on herkkyyttä ja eroottisuutta: mekkoon puettu mies näyttäytyy kuvassa eroottisena toimijana, karistaen miehen ja mekon yhdistelmästä siihen liitetyt homoseksuaalisuuden stereotypiat.

Vuoden 1971 *Uusi Maailma* -lehden kuvitus esittää naisen miestä dominoivana (kuva 66). Huomio kiinnittyy lähinnä kuvien naiseen, joka esiintyy yläosattomissa, pitkään hameeseen pukeutuneena. Kuvissa hän nojaa ja toisessa istuu lyhyeen *Tasaraita*-mekkoon pukeutuneen miehen päällä. Kuvateksteissä huomioidaan naisen kirjava hame, mutta alistunut mies lyhyessä mekossaan jää huomioimatta. Miehen *Tasaraita*-mekkoakaan ei mainita muutoin muotiin keskittyneessä jutussa. Kuva ilmentää Suomen 1970-luvulla pornoistunutta kulttuuria: naisen yläosattomuutta tai asetelman eroottisuutta ei lehdessä huomioida, vaan se esitetään luonnollisena asiana.

Marimekon unisex ilmeni tutkimusaineistossa yllättävissäkin yhteyksissä. Suomalaiset teekkarimiehet ottivat omakseen Annika Rimalan vuonna 1965 suunnitteleman puuvillaisen *Ryppypeppu*-haalarin (kuva 67). Opiskelijahaalareiden perinne vakiintui Suomessa Otaniemen rakentamisen myötä 1950–1960-luvuilla. Alun perin vaate oli suunniteltu naismallin päälle lehdistön kuvauksia varten.²³⁰ Tämäkin vaate sai siis uuden elämän unisex-vaatteena, vaikkei se sellaiseksi ollut alun perin suunniteltu. Teekkarit kenties pitivät vaatetta humoristisena sen nimen vuoksi: *Isosuomu*-kankainen haalari oli rypyttetty kumilankapoimutuksella takapuolen, polvien ja kyynärpäiden kohdalta. Tutkija Leena Maunulan mukaan vielä 2000-luvun alussa-kin *Ryppypeppua* valmistettiin teekkarien käyttöön tilauksesta.²³¹ Designmuseon Marimekko-verkkonäyttelyssä kirjoitetaan *Ryppypepun* olevan naisten haalari, sen omaavasta yllämainitusta kulttuurihistoriasta huolimatta. Kenties haalari nähtiin teekkarimiesten päällä pelkkänä huumoriasuna, vaikka todellisuus saattoi olla toinenkin.

Marimekon unisex-muoti monipuolisti naisten pukeutumista, tai oikeastaan miehisti sitä, tuottamalla naisille vaatteita, pukuja, kauluspaitoja ja haalareita, joita oli aiemmin pidetty ainoastaan miesten vaatteina. Miesten muodin feminisointi oli huomattavasti lyhytikäisempää.

²³⁰ Maunula 2000, 12.

²³¹ Ibid.

Miehen päällä Marimekon *Tasaraita*-mekko jäi poikkeukseksi, joka ajan myötä hiipui olemattomiin, ainakin Marimekon omista muotinäytöksistä sekä mainos- ja lehtikuvastosta. Aikakauden ilmapiiri keskittyikin naisten vapauttamiseen antamalla sananvaltaa, vapauksia ja pyrkimällä muuttamaan ja monipuolistamaan käsityksiä naiseudesta. Mieheyteen liittyi paljon odotuksia, joista poikkeaminen vei liian lähelle naiseutta – ennakoluulot saattoivat hyvinkin estää miehiä vapautumasta pukeutumisessaan.

Naisille tämän kaltainen vaara oli vähäisempi. Unisex-muoti tarjosi naisille niin ihoa myötäileviä vaatteita, käytännön asuja kuin miehekkäitä vaatteita. Mieheys naisen päällä ei sinällään ollut samanlainen uhka, kuin mieheyttä laimentava feminiinisyys miehen yllä. Feminiininen mies oli herkkä ja vaikutteille altis. Kuvissa vieretysten laitettut erilailla pukeutuneet miehet normalisoivat feminiinisempää mieheyttä, asettamalla monenlaiset käsitykset mieheydestä tasa-arvoisesti nähtäville.

Tämän tutkimuksen aineistoon kuuluu niin suomalaisten, ruotsalaisten, yhdysvaltalaisien, italialaisten ja britannialaisten aikalaislehtien artikkeleita. Laajimmin Marimekon unisex-muoti huomioitiin suomalaisissa ja ruotsalaisissa aikalaislehdissä. Ruotsalaisissa lehdissä unisex esitettiin suomalaisia lehtiä rohkeammin ja vapautuneemmin. Naiset esimerkiksi esiintyivät kuvissa tupakoiden ja olutta juoden, *Jokapoika*-kauluspaidat yllään. Mies pitkässä *Tasaraita*-mekossa asetettiin luontevasti miesjoukon keskelle. Ruotsalaiset aikakauslehdet *Femina* ja *Bildjournalen* esittivät miehen jopa jalat täysin paljastavissa *Tasaraita*-minimekoissa. Suomalaisen aikalaislehden esitys naisesta yläosattomissa toisaalta kertoi pehmopornon kotoutumisesta Suomeenkin.

Marimekko esitti mainoksissaan omanlaistaan mieheyttä, ja marimekkolaisen miehen narratiiviksi vakiintui ”mukava herra”. Marimekon mies esitettiin rehtinä ja työtä tekevänä, mies asetettiin usein myös kotitöiden pariin esimerkiksi erilaisten kotiessujen mainoksissa. Marimekon mies kuvattiin isänä lapsikatraan keskellä ja hellänä, rakastavana miehenä. Marimekon mieskuvasto näytti, että mies sai olla myös herkkä ja passiivinen nautiskelija. *Tasaraita* ensimmäisenä täysin sukupuolineutraalina vaatemallistona oli vasta alkua Marimekon rikkaalle, väreillä ja kuoseilla herkuttelevalle miesten muodin taipaleelle. Pentti Rinnan *Kuski*-puku ja perusvaatemallistot ottivat miehet entistä vahvemmin mukaan Marimekkoon.

Marimekon unisex-muodin tuomat uudet trendit olivat miesten muodille kannalta suurilta osin ohimeneviä. Miestä *Tasaraita*-mekossaan ei kummasteltu aikalaislehdissä. Kenties asema yöpaitana legitimoivat mekon käytön, tarkoittaen että sitä käytettiin suljettujen ovien takana, eikä

sitä siksi sen kummemmin analysoitu aikansa mediassa, joka keskittyi pikemmin naisten muotinuutosten analysointiin. Lisäksi sen feminiinisyys pyrittiin häivyttämään puhumalla muun muassa yöpaidasta mekon sijaan.

On oleellista, että tämän tutkimuksen aineistoista ei ole löytynyt esimerkkejä, että Marimekko olisi omissa mainoksissaan tai katalogeissaan esittänyt *Tasaraita*-mekon miesmallien päällä. Marimekon kuvissa miehet esiintyivät joko *Tasaraita*-alusvaatteissa tai pitkissä housuissa ja T-paidassa. Aikalaislehdistön kuvissa ja Marimekon muotinäytöksissä mekko nähtiin kuitenkin myös miesten yllä.²³² *Tasaraita*-mainonnan viesti oli, että mallisto oli unisexia, sillä se omasi jokaiselle jotakin – miehille, naisille ja lapsille. Päätös siitä, miten vaatteita pukee, jätettiin kuitenkin ajan trendin mukaisesti kuluttajalle.

²³² Muotinäytöksistä löytyy kuva-aineistoa esimerkiksi aikalaislehdistä *Pohjolan Sanomat* 6.2.1971, *Iisalmen Sanomat* 25.3.1971 ja *Uusimaa* 1973.

5 Lopuksi

Unisexissa ei ollut kyse ainoastaan ohimenevästä muodista, vaan myös laajemmasta yhteiskunnallisesta muutoksesta. Muoti on aina kiinni ajassaan, syntyen sukupolvien ja eri aikakausien siirtymissä. Muodit syntyvät kuvastaen ja muovaten aikansa ilmapiiriä. Unisex syntyi halusta erottautua 1950-luvulle asti vallinneista konservatiivisista muodeista ja sukupuolikäsityksistä. Täten unisex ilmensi aikansa kulttuurista ilmapiiriä, radikaaleja aatteita ja muutoshalukkuutta. Kulttuurinen ilmapiiri vaikutti vahvasti naiskäsityksen monipuolistumiseen, minkä vaikutukset ovat selkeästi nähtävillä nykypäivänäkin. Mieskäsitys muuttui ajan populaarikulttuureista omaksuttujen esikuvallisten mieskuvien ja uuden maskuliinisuuden myötä. Toisaalta katson, että 1960–1970-lukujen naiskäsityksestä tuli normi, kun taas mieskäsitys on nykypäivää kohden yksipuolistunut. Kulttuurissamme ei enää vallitse samalla tavalla moninaista mieskuvastoa, jossa monet mieskäsitykset esitetään yhdessä kuvassa tasa-arvoisesti, kuten tutkimusaineiston kuvissa. Nykypäivän miesideaali kannattelee edelleen samoja normeja kykenevästä, vahvasta ja maskuliinisesta yksilöstä.

Ajan Marimekko oli omaperäinen vaateyritys sekä kansainvälisesti että Suomen muodin kentällä. Marimekon suunnittelijoiden koulutuksen kirjavuus osoittautui eduksi suunniteltaessa uudistusmielistä muotia. Jo 1950-luvulla Marimekko uudisti naisten, miesten ja lasten pukeutumista unisex-muodin suuntaan ja oli siten edellä kansainvälisen muodin muutosta. Marimekon unisex-muodista tuli ohjelmallinen osa vaateyrityksen suunnittelutoimintaa 1960–1970-luvuilla.

Marimekon unisex-muoti toimi estetiikaltaan ja pukeutumisteknisesti selkeänä sukupuolten välisen tasa-arvon ajajana 1960–1970-luvuilla: vaatesuunnittelulla murrettiin niin naiseuden kuin mieheydenkin stereotypioita. Tasa-arvo näkyi niin unisex-vaatteiden käyttötarkoituksessa, muodossa ja suunnittelun tavoitteissa. Marimekon unisex-suunnittelu ei tavoitellut ainoastaan sukupuolten välistä tasa-arvoa, vaan pyrki vaatettamaan kaiken ikäiset ja kokoiset. Tutkimus ei anna vastausta siihen, miten Marimekon unisex-muoti otettiin vastaan käytännössä ja kuinka laajalti esimerkiksi miehet todellisuudessa käyttivät *Tasaraita*-malliston mekkoja.

Marimekon unisex-muotia kuvitettiin perheidylleillä, yhteisöllisyydellä ja onnellisuudella. Ajan kuvasto pyrki ottamaan huomioon niin sukupuolten kuin sukupolvienkin väliset yhteydet. Mielikuvat, Marimekon muodin markkinointi sekä esikuvat, kuten Armi Ratia ja Vuokko Nurmesniemi *Jokapoika*-paidoissa, vaikuttivat merkittävästi siihen, miten unisex-muoti otettiin

vastaan. On vaikea arvioida millaista suomalaisen muodin historia olisi ollut, mikäli Marimekko ei olisi luonut 1960–1970-luvuilla vastaavanlaista kuvastoa. Suomalaisen unisex-muodin kehitykseen vaikutti olennaisesti se, että juuri Marimekon kaltainen 1960-luvulla jatkuvassa kasvussa ollut vientiyritys oli suunnittelun kärjessä.

Tutkimuksen ensimmäinen unisex-esimerkki oli *Jokapoika*-paita (1956), joka enteili tulevan vuosikymmenen sukupuolten välistä tasa-arvoa ajavaa muotia, mutta toisaalta se muovaantui unisex-vaatteeksi vasta käytössä. Lisäksi Nurmesniemen suunnittelema kankaasta tehty keittiöessut ilmensivät Marimekon tasa-arvoajattelua jo 1950-luvun puolella. Marimekon sukupuolineutraalin suunnittelun käynnisti varsinaisesti Annika Rimala, joka loi ensimmäisen kokonaisen unisex-malliston, *Tasaraidan* (1968). Rimalan lisäksi 1970-luvun arjen estetiikkaan ja käytännöllisyyteen pohjaavia unisex-vaatteita suunnitteli Pentti Rinta, jonka kanssa syntyi yhteismallistojakin. Tutkimuksessa mainitut Marimekon suunnittelijat Liisa Suvanto ja Katsuji Wakisaka loivat kumpikin unisex-vaatteita 1970-luvulla, kuitenkin vähemmän ohjelmallisesti eivätkä samoissa määrin kuin Rimala ja Rinta.

Marimekon muodilla oli ilmeisiä kytköksiä aikansa muotoiluun, kuvataiteisiin ja arkkitehtuuriin, mikä näkyy myös muotikuvissa. Marimekon ajan muotisuunnittelu sai vaikutteita arkkitehtuurin elementtiasettelusta ja functionalismista, kuvataiteiden mieltymyksestä abstraktioon ja minimalismiin, sekä muotoilun anonymiteetista ja suunnittelun sarjallisuudesta vapautumisesta. Marimekon edustama unisex-muoti kumpusi laajemmasta hyvinvointivaltion tuottamasta ja suosimasta estetiikasta.

Marimekon unisex-muoti syntyi Georg Simmeliä mukaillen sosiaalisesta tilauksesta suomalaisen yhteiskunnan muuttuessa. Se kytkeytyi vahvasti pohjoismaisen hyvinvointivaltion ja sosiaalidemokratian ideaaleihin. Yhdysvaltalainen unisex, johon unisexin tutkimus on painotunut, syntyi sen sijaan ajan kulttuurisen murroksen, feministisen liikehdinnän, yksilön ja mustien oikeuksien myötävaikutuksessa. Ajatus sukupuolten välisestä tasa-arvoistumisesta oli kuitenkin kansainvälinen, vaikka se ilmeni Suomessa osittain eri tavoilla.

Marimekon unisex-muodilla on ollut pitkä vaikutus suomalaisten naisten, miesten ja lasten pukeutumisen kehitykseen. Pysyvimmin Marimekon unisex-muoti on kuitenkin vaikuttanut naisten pukeutumiseen. Monet unisex-muodin aikaansaamat pukeutumishistorialliset muutokset tosin jäävät helposti huomaamatta, sillä ne otetaan itsestään selvyyksinä. Niin naisten kuin miestenkin pukeutumisen muutokset olivat suuria tultaessa 1950-luvulta 1960-luvulle uudenlaisten sukupuolikäsitysten aikaan. Esimerkiksi housut vakiintuivat laajemmin osaksi naisten

pukeutumista juuri 1960–1970-luvuilla, suurilta osin nuorisolta periytyneen farkkumuodin myötä. Farkkumuodin vaikutukset näkyvät selvästi nykypäivänäkin, farkkujen edustaessa tunteutinta ja pitkäikäisintä unisex-muotia.

Tutkimusaiheena Marimekon unisex-muoti on osoittautunut monitahoiseksi. Yksinkertaiselta vaikuttaneet pukeutumisen muutokset olivat osin näennäisiä ja jäivät idean tasolle. Esimerkiksi Marimekon eetos vaatettaa kaikki unisex-vaatteisiin iästä riippumatta ei toteutunut 1960–1970-lukujen markkinoinnissa. Marimekon mainoksissa ja myyntikatalogeissa sekä aikalaislehtien kuvissa kohderyhmäksi valikoituivat ydinperheet sekä nuoret pariskunnat, jotka kuvittivat ajan unisex-aatetta onnellisuuden ja sukupuolet yhdistävän tasa-arvoisen muodin kuvilla. Taustalla oli luultavasti halu esittää Marimekko nuorekkaana ja eteenpäin pyrkivänä vaateyrityksenä.

Miesten ”rohkein” unisex jäi suljettujen ovien taakse, sillä yöpaitamekkoja käytettiin vain kotona läheisten seurassa. Mieskuvan muutoksen näennäisyyttä kuvasti myös tapa olla puhumatta mekosta silloin, kun se oli puettu miehen ylle. Marimekkolainen unisex toi kuitenkin miehille aikakauden riikinkukkovallankumouksen myötävaikutuksella uudenlaisia vaihtoehtoja vaatteiden väreihin, muotoihin ja materiaaleihin. Marimekon unisex-muodin yleisilme oli kuitenkin minimalistinen, graafinen ja hillitty. Rönsyilevämpi, väriloistokas ja eri kuosein kyllästetty muoti oli varattu naisille.

Marimekon unisex-muoti toimi osana futurismin ja utopioiden jatkumoa, jota aikakauden muotoilu sekä arkkitehtuuri tuottivat – samaa tulevaisuususkkoa edusti 1960-luvun Marikylä-hanke. Marimekon unisex oli vain yksi Marimekon monista utopioista, jotka liittyivät vahvasti kokonaisvaltaiseen marimekkolaiseen elämäntapa-ideologiaan. Marimekkolaisen utopian ja unisexin yhtymäkohdat sosiaalidemokraattiseen kansankoti-ajatteluun olivat ilmeisiä.

Minkälaista Marimekon unisex-muoti on nykypäivänä? Vielä syksyllä 2016 aloittaessani tämän tutkimuksen tekemistä Marimekon verkkokaupassa miehille tarjottiin *Jokapoika*-paitaa ja *Tasaraita*-malliston vaatteita ainoina miesten vaatteina. Keväällä 2017 näytti aluksi siltä, että miehille myytiin ainoastaan *Jokapoikaa*, samalla kun *Tasaraita* oli typistetty naisten ja lasten vaatteeksi. *Jokapoika*-paitaa kuvailtiin seuraavasti:

”Raikas Piccolo-raitainen *Jokapoika*-kauluspaita on ollut jo 1950-luvulta asti suomalaisen, tyylikkään miestenpukeutumisen lippulaiva. *Jokapoika*-paita onkin yksittäinen, pisimpään valmistuksessa ollut vaate, jota valmistetaan edelleen. Nykyään Marimekon miestenmallistoon

kuuluu paitsi *Jokapoika*, myös muita raikkaita designeja miehen makuun, kuten rennot *Lyhyt-hiha*- ja *Pitkähiha* -trikoopaidat. Useimmat designit on saatavilla eri värisinä sekä eri kokoisina, minkä ansiosta unisex-mallit sopivat niin miehille kuin naisillekin.”²³³

Tasaraita on yksi Marimekon pitkäikäisimmistä klassikoista, joka on ollut myynnissä aina vuodesta 1968 lähtien. Vuonna 2017 *Tasaraita* brändättiin uudelleen:

”TASA-ARVON RAITA. Marimekon *Tasaraita* syntyi vuosikymmenellä, joka muistetaan uudistushenkisenä, rohkeiden tekojen ja ajatusten aikana. Ympäri maailmaa käytiin kiihkeitä taisteluja tasa-arvon puolesta. Ajan henki näkyi myös muodissa ja muotoilussa. Esiin nousi pyrkimys anonyymiin suunnitteluun.”²³⁴

Marimekon internetsivuilla uudistuksesta puhutaan ”tasa-arvon raitana”, viitaten sen synnyn ajankohtaan 1960-luvun tasa-arvokysymysten ja uudistushenkisen ilmapiirin ympäröimänä. Alun perin olennaisinta *Tasaraidan* tasa-arvoistavassa voimassa oli kuitenkin yhteisen malliston tuottaminen kummallekin sukupuolelle, ensimmäisenä vastaavanlaisena mallistona Suomessa. Uudistetun *Tasaraidan* markkinoinnissa miehet on kuitenkin jätetty pois ja mallistoa markkinoidaan vahvoilla, menestyksekkäillä naisilla.²³⁵ Mies on jäänyt taustalle tasa-arvoisen *Tasaraidan* tarinasta, antaen ”tasa-arvolle” täysin erilaisia merkityksiä verrattuna vaatemalliston syntykontekstiin.

Vielä vuonna 2016 Marimekon internetsivujen verkkokaupan osiosta ”Miehet ja unisex” löysi *Jokapojan* lisäksi *Tasaraitaa* kuvattuna miesten päällä. *Tasaraitaa* kylläkin markkinoidaan unisexinä, mutta vaate on kuvattu ainoastaan naisten päällä, mikä saattaa johdatella sivulla vierailijaa harhaan. *Tasaraidan* kokoluokat ulottuvat erittäin pienestä (XS) erittäin suureen (XXL), jolloin väljän mallinsa vuoksi se on puettavissa myös suurikokoiselle miehelle. Ainoastaan mustavalkoraitaisen pitkähihaisen *Tasaraita*-paidan kohdalla toinen vaihtokuvista esittää paidan miesmallinkin päällä, tosin naisen kuvan taakse piilotettuna. Mieskuvaston puuttuminen *Tasaraidan* nykymarkkinoinnista liittyy malliston sen alkuperäisestä unisex-yhteydestä toisenlaiseen unisexiin, jossa tasa-arvoa markkinoidaan vahvojen naisten voimin, ei yhteisissä kuvissa tai näyttäen koko kirjoa eri sukupolvet ja sukupuolet sisällyttäen.

²³³ ”Marimekon klassikoita: Jokapoika ja Jokamies.” Marimekon internetsivut.

²³⁴ ”Tasaraita – tasa-arvon puolesta.” Marimekon internetsivut.

²³⁵ Ibid. Tasa-arvon raita -kampanjan mainoskasvoina toimi muusikko-näyttelijä Paula Vesala valokuvaaja Meeri Koutaniemen ottamissa kuvissa, jotka esittävät ”tulkinnan Marimekko-naisesta”. Vastavuoroisesti 1960–1970-luvun kuvissa vahvojen naiskuvien malleina oli tavanomaisia naisia, ei ajan kuuluisuuksia.

Vaatemalliston nykymuoto ei rohkaise miehiä pukeutumaan *Tasaraitaan*, sillä syvälle juurtuneet sukupuolikäsityksemme sallivat usein vain itsevarmimpien pukeutua vastakkaisen sukupuolensa vaatteisiin. ”Tasa-arvon raita” näyttäytyy symbolina ajasta, jolloin suomalaiset lähtivät joukolla muuttamaan sukupuolten ja sukupolvien välisiä eroja pukeutumalla yhteisiin raitoihin – tarina on kuitenkin kirjoitettu uudella tavalla.

Unisex-muoti oli monilta osin lyhyeksi jäänyt trendi, joka sai kannustusta 1960–1970-lukujen muutosta vaatineesta kulttuurisesta ilmapiiristä. Nykypäivän trendi kuvittaa tasa-arvoa vahvojen ja menestyvien naisten tarinoilla kertoo kuitenkin tasa-arvotyön tarpeellisuudesta ja ajankohtaisuudesta vielä tänäkin päivänä. Se, millä tavoin *Tasaraitaa* markkinoitiin 1960–1970-luvuilla suurien perheiden ympäröimänä, tasavertaisten parisuhdekuvien kautta ja yhteisöllisyyden voimalla, tuntuu olevan kaukana nykypäivän ”vahva nainen” -estetiikasta.

Marimekon asema miesten vaatettajana on hiljalleen hiipunut tultaessa 2010-luvulle, suunnittelun keskittyessä värejä ja kuoseja pursuavaan sekä vastavuoroisesti minimalistiseen naisten muotiin. Marimekon miesten muotia voisi tutkia unisex-muodin jatkeena: miksi miehet on hiljalleen sivuutettu nykyisen Marimekon vaatesuunnittelussa? Onko miesten mallistojen suunnittelu ja tuotanto lopetettu kysynnän vähäisyyden vuoksi, vai onko taustalla jokin muu tarina? Räiskyvät värit ja graafisesti mielekkäät kuviot ovat hävinneet miesten vaatetarjonasta, joiden jättämä tyhjiö on täytetty muutamalla vanhalla klassikolla. Marimekon unisex-muoti oli aikanaan mullistava ilmiö varsinkin suomalaisen miesten muodin saralla, mutta nykypäivän Marimekko keskittyy naisten muotiin ja vahvojen, monenlaisten naisten kuvastoon.

Aiheen jatkotutkimuksessa voisi selvittää perusteellisemmin suomalaisen unisex-muodin historiaa.²³⁶ Sekä tutkimuskirjallisuus että kokoamani aineisto osoittavat, että Marimekko oli merkittävä kansainvälinen muotitoimija 1960–1970-luvuilla. Yrityksen aikalaisesta suosiosta ja tunnettuudesta voi tehdä johtopäätöksen että Marimekko vei suomalaisen unisex-muodin näyttävästi maailmalle ja täten toimi suomalaisen unisexin kärjessä. Marimekon unisex-muodin erityisyyksiä olivat sen synnyn varhainen ajankohta, ohjelmallisuus, esikuvallisuus ja pitkäkestoisuus.

²³⁶ Designmuseon arkistovierailulla 21.9.2016 Harry Kivilinna ja Susanna Thiel mainitsivat suomalaisista Marimekon ulkopuolisista unisex-suunnittelijoista Pii Sarpanevan, Marianna von Knorringin sekä Riitta-Liisa Haaviston.

Lähteet ja kirjallisuus

Lyhenteet

DMH = Designmuseon muotoilijarekisterin haastattelut

DMK = Designmuseon kuva-arkisto

HS = *Helsingin Sanomat*

HY = Helsingin yliopisto

KTL = Kasvatustieteen laitos

MJ = Mah-Jong-vaateyrityksen leike- ja kuva-arkisto

MKA = Marimekon kuva-arkisto

MLK = Marimekon lehtileikekansio

MMK = Marimekon myyntikatalogi

SH = Sighsten Herrgårdin leike- ja kuva-arkisto

THO = Taidehistorian oppiaine

Painamattomat lähteet

Arkistot

Marimekon arkisto, Helsinki

Kuva-arkisto

Marimekon kuva-arkisto (MKA).

Lehtileikearkisto

Marimekon lehtileikekansiot (MLK) no 1–101.

Myyntikatalogiarkisto

Marimekon myyntikatalogit (MMK) vuosilta 1971–1979.

Designmuseon arkisto, Helsinki

Kuva-arkisto

Designmuseon Marimekkoa koskeva kuva-arkisto (DMK).

Muotoilijarekisteri

Designmuseon muotoilijarekisterin haastattelut (DMH).

Nordiska museetin arkisto, Tukholma

Mah-Jong-vaateyrityksen leike- ja kuva-arkisto (MJ).

Sighsten Herrgårdin leike- ja kuva-arkisto (SH).

Helsingin yliopisto (HY)

Kasvatustieteen laitos (KTL)

Lahelma, Elina. 1990. *Tyttöjen ja poikien koulu: peruskoulu ja lukio sukupuolinelämästä*. Lisensiaatintyö.

Taidehistorian oppiaine (THO)

Parviainen, Anna. 2015. *Hyvin pukeutuva playboy – miesten muotiartikkelit Playboy-lehdessä vuosina 1953–1959*. Kandidaatintutkielma.

Internet-lähteet

Designmuseon Marimekko-verkkonäyttely. [<http://marimekko.kokoelma.fi/>](luettu 16.4.2018)

Eduskunnan internetsivut: ”Peruskoulun puitelaki hyväksytään 1968.” [<https://www.eduskunta.fi/FI/tietoaeduskunnasta/kirjasto/aineistot/yhteiskunta/historia/eduskunta-tekee-paatoksen-peruskoulusta/Sivut/peruskoulun-puitelaki-hyvaksytan.aspx>](luettu 29.3.2018)

Marimekon internetsivut: ”Historia.” [<https://company.marimekko.com/fi/me-yrityksena/historia/>](luettu 11.4.2018)

Marimekon internetsivut: ”Marimekon klassikoita: Jokapoika ja Jokamies.” [https://www.marimekko.com/fi_fi/mallistot/klassikoita/jokapoika](luettu 3.4.2018)

Marimekon internetsivut: ”Tasaraita – tasa-arvon puolesta.” [https://www.marimekko.com/fi_fi/mallistot/klassikoita/tasaraita/tasaraidan-tarina](luettu 20.3.2018)

Oxford English Dictionary: ”Unisex.” [<http://www.oed.com/view/Entry/214732?redirectedFrom=unisex#eid>](luettu 19.3.2018)

Polarn O. Pyretin suomenkieliset internetsivut: ”Tarinamme.” [<https://polarnopyret.fi/inspiroidu/tarinamme/>](luettu 29.3.2018)

Vasemmistonuorten internetsivut: ”Vasemmistonuorten historia.” [<http://vasemmistonuoret.fi/jarjesto/vasemmistonuorten-historia/>](luettu 16.4.2018)

Elokuvat ja tv-ohjelmat

Kubrick, Stanley. *2001: A Space Odyssey*. 1968.

Roddenberry, Gene. *Star Trek: the original series*. 1966–1969.

Suulliset lähteet

Juslin, Petri, suunnitteluosaston päällikkö, Marimekko. Suulliset tiedonannot saatu 24.11.2016 ja 23.2.2018.

Tekijän arkisto

Maria Härkäpään sähköpostiviesti tekijälle 30.5.2016.

Anna Roden sähköpostiviesti tekijälle 9.1.2018.

Painetut lähteet

Aikalaislähteet

Sanomalehdet

Ahlgren, Irma. 1972. ”Miehet mukaan marivaatteisiin” *Uusi Suomi*, 10.10.1972.

- Anonyymi. 1957. ”Suomalaista muotia esitellään kuulussa Milanon Triennaalissa.” *Kainuun Sanomat*, 23.7.1957.
- Anonyymi. 1965. ”Vi tippar finskt.” *Expressen*, 4.5.1965.
- Anonyymi. 1968. ”Miten playboy pukeutuu?” *Kauneus ja terveys*, no 8, 1968.
- Anonyymi. 1968. ”Värikkäät alusvaatteet valttia miehelläkin.” *Suomenmaa*, 28.3.1968.
- Anonyymi. 1969. *Bildjournalen*, no 11, 1969.
- Anonyymi. 1969b. ”kaksi = yksi.” *Anna*, no 11, 18.3.1969.
- Anonyymi. 1973. ”Murtomaalle.” *Kotiliesi*, no 3, 2/1973.
- Anonyymi. 1973. ”Asiallisuus on muotia tänä keväänä.” *Uusimaa*, 6.4.1973.
- Anonyymi [Rossi, Franco B.]. 1971. ”Nyt vain ja tässä.” *Uusi Maailma*, 4.2.1971.
- Airisto, Lenita. 1965. ”Jacqueline Kennedy gav lyckosparken!” *Året Runt*, no 5, 25.1.1965.
- Airisto-Melin, Lenita. 1968. ”Tervetuloa elokuu.” *Uusi Maailma*, no 16, 1968.
- Ekeflo, Berith. 1969. ”Han och hon ton i ton.” *Expressen*, 4.10.1969.
- Frazier, George. 1960. ”The Art of Wearing Clothes: The history of this rare masculine art and of the men who practice it supremely well.” *Esquire*, 9/1960.
- Görander, Boril. 1969 ”Uppställning man-grant.” *Femina*, 1969.
- Lindegren, Riitta. 1969a. ”Sighsten: Suomessa syntynyt.” *Anna*, no 13, 1.4.1969.
- Mattsson, Maija-Liisa. 1968. ”Ilo nähdä kesäunia.” *Kesä-Anna*, no 24, 1968.
- Numminen, Juha. 1968. ”Aina on tilaa vielä yhdelle kivelle.” *Viikko Sanomat*, no 21, 24.5.1968.
- Pessala, Raija. 1972. ”Perusvaatteet uutta Marimekkoa.” *Aamulehti*, 3.10.1972.
- Pierre, Majolin. 1971. ”Marimekko jubilerar med prickig vår-giv.” *Arbetet*, 20.3.1971.
- Saarikoski, Tuula. 1968. ”Lasten maailma on touhua täynnä.” *Anna*, no 38, 17.9.1968.
- Salonen, Eeva. 1970. ”Juhannusretki.” *Anna*, 16.6.1970.
- Saure, Salme. 1967. ”Huipulla.” *Hopeapeili*, 8/1967.
- Tarschys, Rebecka. 1967. ”Tio som bestämmer modet.” *Dagens Nyheter*, 21.1.1967.
- Valajärvi, Riitta. 1967. ”Oli kesä kesä kesä.” *Me Naiset*, no 32, 9.8.1967.
- Wade, Valerie. 1969. ”We’ve all broken out in stripes.” *Sunday Times*, 8.6.1969.
- Wiikeri, Anna-Liisa. 1970. ”Hyvä eilen, tänään, huomenna.” *Helsingin Sanomat (HS)*, 30.9.1970.
- Wiikeri, Anna-Liisa. 1971a. ”Vaatteita niille joille muoti ei sovi.” *Helsingin Sanomat (HS)*, 31.1.1971.
- Wiikeri, Anna-Liisa. 1971b. ”Miehin alusvaate on sekin muotijuttu.” *Helsingin Sanomat (HS)*, 14.2.1971.

Wiikeri, Anna-Liisa. 1974. ”Uusi Marimekko on Pentti Rinnan läpimurto.” *Helsingin Sanomat (HS)*, 13.10.1974.

Julkaistut mainokset ja ilmoitukset

Marimekon *Barbique*-essun painettu mainos. *Helsingin sanomat*, 17.11.1963.

Marimekon *Jokapoika*-paidan painettu mainos. *Expressen*, 20.11.1962.

Marimekon *Jokapoika*-paidan painettu mainos. *Muotilinja*, 10.6.1965.

Marimekon *Jokapoika*-paidan painettu mainos. *Me Naiset*, 6.12.1979.

Kirjallisuus

Aav, Marianne; Kivilinna, Harry; Viljanen Eeva. 2011. *Marimekkoelämää: väriä, raitaa ja muotoja*. Helsinki: Designmuseo.

Aav, Marianne; Savolainen, Jukka. 2010. *Modernismi – kirjoituksia suomalaisesta modernismista*. Helsinki: Designmuseo.

Aav, Marianne; Viljanen, Eeva. 2007. *Vuokko Nurmesniemi – pukuja ja kankaita*. Helsinki: Designmuseo.

Almay, Mirja; Lappalainen, Piippa. 1996. *Kansakunnan vaatettajat*. Porvoo: WSOY.

Arjavirta, Annukka; Härkäpää, Maria; Kemell-Kutvonen, Minna; Sykkö, Sami. 2012. *Kuvioissa – Marimekko®*. Helsinki: WSOY.

Berggren, Henrik. 2011. *Edessä ihana tulevaisuus – Olof Palme ja kansankoti*. Helsinki: Otava.

Black, J. Anderson. 1975. ”From the Ancient World to 1870.” Teoksessa *A History of Fashion*. Toim. Black, J. Anderson; Garland, Madge. London: Orbis Publishers. 12–282.

Bourdieu, Pierre. 1984 [1979]. *Distinction – a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.

Cawthorne, Nigel. 2001. *Key Moments in Fashion: from haute couture to streetwear*. London: Hamlyn.

Cole, Shaun. 2010. *The Story of Men’s Underwear*. New York: Parkstone Press International.

De Marly, Diana. 1985. *Fashion for Men – an illustrated history*. London: Batsford.

Donner, Jörn. 1986. ”Unelmat ja todellisuus.” Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 8–18.

Fogg, Marnie. 2013. *Fashion: the whole story*. London: Thames & Hudson.

Garland, Madge. 1975. ”Foreword.” Teoksessa *A History of Fashion*. Toim. Black, J. Anderson; Garland, Madge. London: Orbis Publishers. 7–10.

Garland, Madge. 1975. ”Fashion’s Past 100 Years.” Teoksessa *A History of Fashion*. Toim. Black, J. Anderson; Garland, Madge. London: Orbis Publishers. 284–371.

Garton, Stephen. 2004. *Histories of Sexuality: antiquity to sexual revolution*. London: Equinox.

- Grönros, Eija-Riitta; Haapanen, Minna; Heinonen, Tarja; Joki, Leena; Klemettinen, Riina; Nuutinen, Liisa; Vilkamaa-Viitala, Marjatta. 2007 [2006]. *Kielitoimiston sanakirja: S–Ö*. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus.
- Hallström Bornold, Salka. 2003. *Det är rätt att göra uppror: Mah-Jong 1966–1976*. Stockholm: Modernista.
- Herrgård, Sighsten; Werkelid, Otto. 2009 [1988]. *Sighsten*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Hultin, Olof. 1998. *Guide till Stockholms arkitektur. 400 hus från 800 år*. Stockholm: Arkitektur.
- Ilvessalo, Kirsti; Niemistö, Kirsi. 1986. ”Suunnittelijat.” Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilikka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 116–140.
- Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilikka; Vuorimaa, Marja-Terttu. 1986. *Marimekkoilmiö*. Espoo: Weilin+Göös.
- Kalha, Harri. 1997. *Muotopuolen merenneidon pauloissa – Suomen taideteollisuuden kultakausi: mielikuvat, markkinointi, diskurssit*. Helsinki: Suomen historiallinen seura.
- Kalha, Harri. 1998. ”The Other Modernism: Finnish Design and National Identity.” Teoksessa *Finnish Modern Design: utopian ideals and everyday realities, 1930–1997*. Toim. Aav, Marianne. New Haven; London: The Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts; Yale University Press. 28–51.
- Kalha, Harri. 2003. ”Muotoilu valtaa arjen.” Teoksessa *Suomen kulttuurihistoria 4: koti, kylä, kaupunki*. Toim. Mäenpää, Pasi; Saarikangas, Kirsi; Sarantola-Weiss, Minna. Helsinki: Tammi. 346.
- Karaminas, Vicki; McNeil, Peter. 2009. *The Men’s Fashion Reader*. Oxford: Berg Publishers.
- Kivilinna, Harry. 2014a. ”Bo Boo – Katsuji Wakisaka.” Teoksessa *Lapsen vuosisata: pohjoismainen muotoilu ja lapset 1900–2014*. Toim. Hedqvist, Hedvig; Svenle, Elna. Värnamo: Museum Vandalorum. 128–129.
- Kivilinna, Harry. 2014b. ”Marimekko avaa lastenvaateliikkeen.” Teoksessa *Lapsen vuosisata: pohjoismainen muotoilu ja lapset 1900–2014*. Toim. Hedqvist, Hedvig; Svenle, Elna. Värnamo: Museum Vandalorum. 106–107.
- Koivuranta, Esa; Pehkonen, Kati; Sorjanen, Tuija; Vainio, Anniina. 2015. *Marimekko: suuria kuvioita*. Helsinki: Into.
- Korkiakangas, Pirjo. 2003. ”Lapsuus, leikki ja kulttuuri.” Teoksessa *Suomen kulttuurihistoria 4: koti, kylä, kaupunki*. Toim. Mäenpää, Pasi; Saarikangas, Kirsi; Sarantola-Weiss, Minna. Helsinki: Tammi. 417–424.
- Korvenmaa, Pekka. 2010. *Finnish Design – a concise history*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki.
- Laver, James. 2002 [1969]. *Costume and Fashion: a concise history*. London: Thames & Hudson.

- Lönnqvist, Bo. 2003. ”Tuulipuku ja muut ’kansalliset’ vaatteet.” Teoksessa *Suomen kulttuuri-historia 4: koti, kylä, kaupunki*. Toim. Mäenpää, Pasi; Saarikangas, Kirsi; Sarantola-Weiss, Minna. Helsinki: Tammi. 380–386.
- Markkanen, Kristiina. 2015. ”Kangas, joka muutti kaiken.” *Helsingin Sanomat*, 28.5.2015.
- Maunula, Leena. 2000. ”Annika Rimala: 40 vuotta tekstiilisuunnittelua.” Teoksessa *Annika Rimala 1960–2000 – Väriä arkeen*. Toim. Maunula, Leena; Tarschys, Rebecka. Helsinki: Taideteollisuusmuseo. 10–13.
- Maunula, Leena; Tarschys, Rebecka. 2000. *Annika Rimala 1960–2000: Väriä arkeen*. Helsinki: Taideteollisuusmuseo.
- Mäenpää, Pasi; Saarikangas, Kirsi; Sarantola-Weiss, Minna. 2003. ”Rakentajien maa ja hyvinvoinnin kulttuuri.” Teoksessa *Suomen kulttuurihistoria 4: koti, kylä, kaupunki*. Toim. Mäenpää, Pasi; Saarikangas, Kirsi; Sarantola-Weiss, Minna. Helsinki: Tammi. 10–19.
- Paoletti, Jo Barraclough. 2012. *Pink and Blue: telling the boys from the girls in America*. Indiana: Indiana University Press.
- Paoletti, Jo Barraclough. 2015. *Sex and Unisex: Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution*. Indiana: Indiana University Press.
- Pastoureau, Michel. 2001. *The Devil’s Cloth: a history of stripes and striped fabric*. New York: Columbia University Press.
- Peoples, Sharon. 2014. ”Embodying the Military: Uniforms.” *Critical Studies in Men’s Fashion*, vol. 1, no. 1. 7–22.
- Rubinstein, Ruth P. 1995. *Dress Codes: Meanings and Messages in American Culture*. Boulder: Westview Press Inc.
- Ratia, Ristomatti. 2002. *Ristomatti Ratia: Paha poika*. Helsinki: Otava.
- Ratia, Viljo. 1986. ”Alkuvuosien kiemuroita.” Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 23–29.
- Saarikangas, Kirsi. 2003. ”Metsän reunalla: Suomen rakentaminen 1900-luvulla.” Teoksessa *Suomen kulttuurihistoria 4: koti, kylä, kaupunki*. Toim. Mäenpää, Pasi; Saarikangas, Kirsi; Sarantola-Weiss, Minna. Helsinki: Tammi. 22–61.
- Saarikoski, Tuula. 1986. ”Visio.” Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 43–44.
- Sarantola-Weiss, Minna. 2008. *Reilusti ruskeaa: 1970-luvun arkea*. Helsinki: WSOY.
- Sarje, Kimmo. 1986. ”Rätti on meidät vapauttava!” Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 48–56.
- Seeling, Charlotte. 2001 [1999]. *Muoti – suunnittelijoiden vuosisata*. Köln: Könemann.
- Simmel, Georg. 1986 [1904]. *Muodin filosofia*. Helsinki: Odessa.
- Steele, Valerie. 1997. *Fifty Years of Fashion*. New Haven: Yale University Press.

- Steele, Valerie. 2013. *A Queer History of Fashion: from the closet to the catwalk*. New Haven: Yale University Press.
- Svendsen, Lars. 2006. *Fashion: A Philosophy*. London: Reaktion.
- Svenle, Elna. 2014. ”Vanhempainvapaalla oleva isä -julistie.” Teoksessa *Lapsen vuosisata: pohjoismainen muotoilu ja lapset 1900–2014*. Toim. Hedqvist, Hedvig; Svenle, Elna. Värnamo: Museum Vandalorum. 134–135.
- Tarschys, Rebecka. 1986. ”Siivoustakista arkipuvuksi ja juhla-asuksi”. Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilikka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 101–106.
- Tarschys, Rebecka. 2000. ”Väriä arkeen.” Teoksessa *Annika Rimala 1960–2000: Väriä arkeen*. Toim. Maunula, Leena; Tarschys, Rebecka. Helsinki: Taideteollisuusmuseo. 82–83.
- Teunissen, José. 2009. ”Fashion and Art.” Teoksessa *Fashion and Imagination: about clothes and art*. Arnhem: Artez Press.
- Turunen, Arja. 2004. ”Marimekon Tasaraita pukeutumislmiönä.” *J@rgonia*, 3/2004. 1–17.
- Vainio, Anniina. 2015. ”Ensimmäinen näytös: Vanha äiti.” Teoksessa *Marimekko: suuria kuvioita*. Toim. Koivuranta, Esa; Pehkonen, Kati; Sorjanen, Tuija; Vainio, Anniina. Helsinki: Into. 23–100.
- Vänskä, Annamari. 2012. *Muodikas lapsuus*. Helsinki: Gaudeamus.
- Wiikeri, Anna-Liisa. 1986. ”Marimekko ja muoti.” Teoksessa *Marimekkoilmiö*. Toim. Kaarakka, Eeva; Rahikainen-Haapman, Hilikka; Vuorimaa, Marja-Terttu. Espoo: Weilin+Göös. 34–40.

Kuvaliite



Kuva 1: Sighsten Herrgårdin ”originaloverallen”, ensimmäinen unisex-haalari vuosilta 1966–1967. SH.



Kuva 2: Sighsten Herrgårdin *Viking*-haalari Casual Cottons -kokoelmasta, 1969. Kuvaaja Jürgen Kriewald. SH.



Kuva 3: Sighsten Herrgårdin malliltaan tuntematon puku, esitelty vuoden 1968 *Men's Wear* -lehdessä, 22.8.1968. SH.



Kuva 4: Pentti Rinnan *Kuski*-puku (1972) ja *Paitaruutu*-kankaiset *Muunto*-kauluspaidat. MMK kevät 1973.



Kuva 5: Sighsten Herrgårdin suunnittelemat supikoirasta valmistetut unisex-turkit. SH.

BARN/RANDIG TRIKÅ
100% högklassig bomullstrika. Alla sömmar är elastiska. Sydd av Eisler.

17 Linne. Röd, blå, brun och grön. 90 - 110 cl. 23:-, 120 - 140 cl. 26:-.

18 T-tröja lång ärm. Röd, blå, brun och grön. 90 - 110 cl. 35:-, 120 - 160 cl. 39:-.

19 Kortbyxor. Röd, blå, brun och grön. 90 - 110 cl. 21:-, 120 - 140 cl. 24:-.

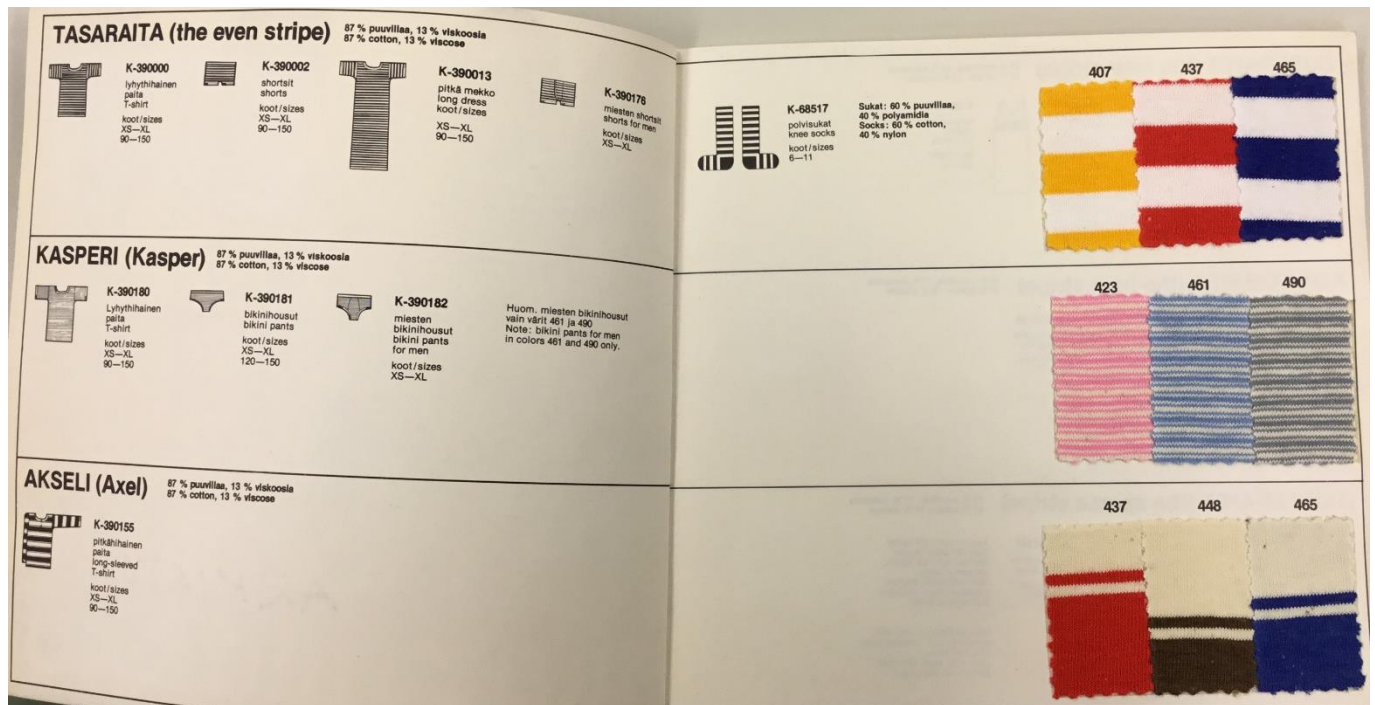
20 Långkalsong utan gyf. Röd och blå. 90 - 130 cl. 25:-, 140 - 160 cl. 29:-.

21 Långkalsong med gyf. Blå och brun. 110 - 130 cl. 27:-, 140 - 160 cl. 31:-.

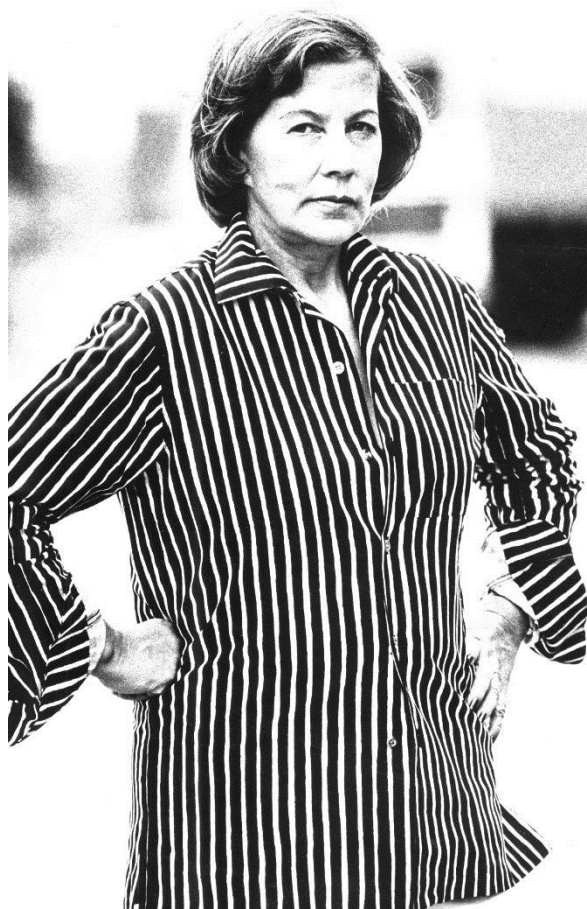
22 Nattlinne. Rött, blått och brunt. 100 - 110 cl. 49:-, 120 - 160 cl. 59:-. Leverans fr o m. november.

Trikan finns i storlekarna 90, 100, 110, 120, 130, 140, 150 och 160 cl.

Kuva 6: Gunila Axénin Polarn O. Pyretille vuonna 1975 suunnitteleman unisex-raitatrikoomalliston mainos. Kuva Polarn O. Pyret.



Kuva 7: Annika Rimalan *Tasaraita* vuoden 1978 mallistossa. MMK kevät 1978.



Kuva 8: Marimekon perustaja Armi Ratia Vuokko Nurmesniemen suunnittelemassa *Jokapoika*-paidassa (1956). Kuva todennäköisesti 1960-luvun alusta. MKA.



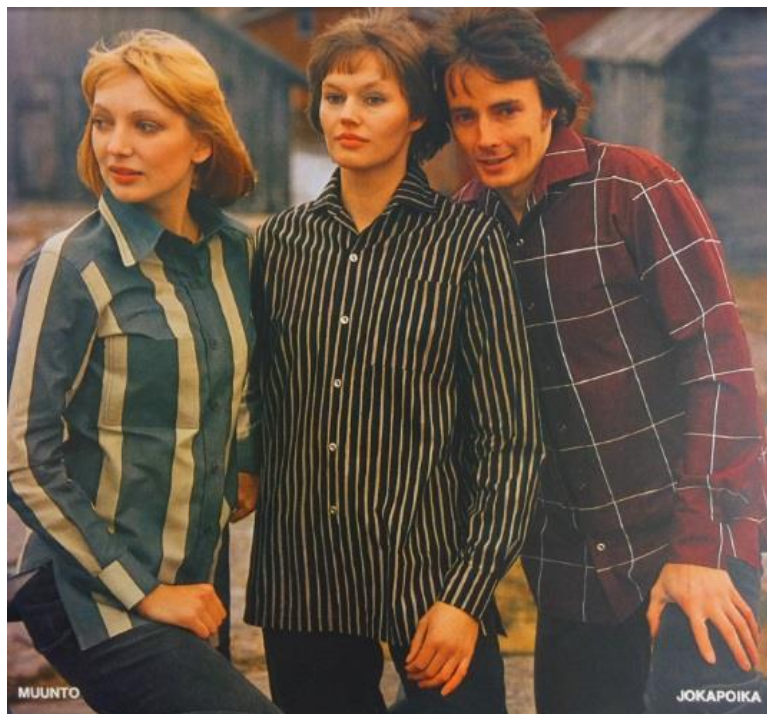
Kuva 9: Marimekon kauluspaita-mainos. Kuvassa Marimekon henkilökuntaa. *Helsingin Sanomat*, 27.10.1968. MLK 6.



Kuva 10: Edessä Vuokko Nurmesniemi suunnittelemassaan *Jokapoika*-paidassa. *Kaunis Koti*, no 2, 1958. MLK 1.



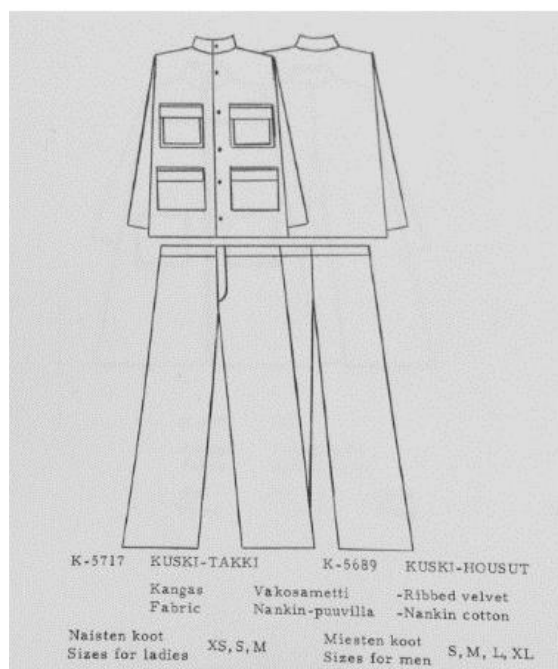
Kuva 11: Tuntemattoman aikakausilehden artikkelin ”Järkevää tilankäyttöä” kuvitusta. Vanhemmilla yllään *Jokapoika*-paidat. MLK 90.



Kuva 12: Marimekon myyntikatalogin kuvitusta, Vuokko Nurmesniemen *Jokapoika*- ja Pentti Rinnan *Muunto*- kauluspaitojen (1972) esittelyä. MMK syksy/talvi 1975.



Kuva 13: Teemu Lipastin tekemä *Tasaraita*-mainos vuodelta 1968.



Kuva 14: Pentti Rinnan *Kuski*-puvun (1972) piirros. MMK syksy 1972.



Kuva 15: Marimekon myyntikatalogin kuvitusta, Pentti Rinnan *Reppuri*-malliston (1972) esittelyä. MMK kevät/kesä 1974.



Kuva 16: Ruotsalaisen *Året Runt* -aikakausilehden artikkelin ”Jacqueline Kennedy gav lyckosparken”, kuvitusta, no 5, 1965. Kuvaajana Kristian Runeberg. MLK 13.



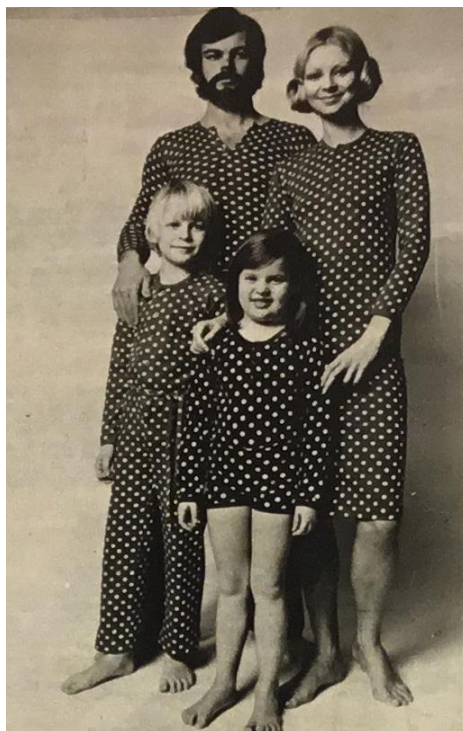
Kuva 17: Annika Rimalan *Kisko*-kankaasta (1967) valmistettu lasten takki ja mekko. *Me Naiset* -aikakausilehden artikkelin ”Oli kesä kesä kesä” kuvitusta, no 32, 9.8.1967. Kuva Studio Lutz. MLK 43.



Kuva 18: *Anna*-aikakausilehden artikkelin ”Lasten maailma on touhua täynnä” kuvitusta, no 38, 17.9.1969. Kuvaajana Arto Hallakorpi. MLK 50.



Kuva 19: *Tasaraita*-mallistoa eri sukupolvien yllä. Iso-britannialaisen *Sunday Times* -sanomalehden artikkelin "We're all broken out in stripes" kuvitusta, 8.6.1969. MLK 51.



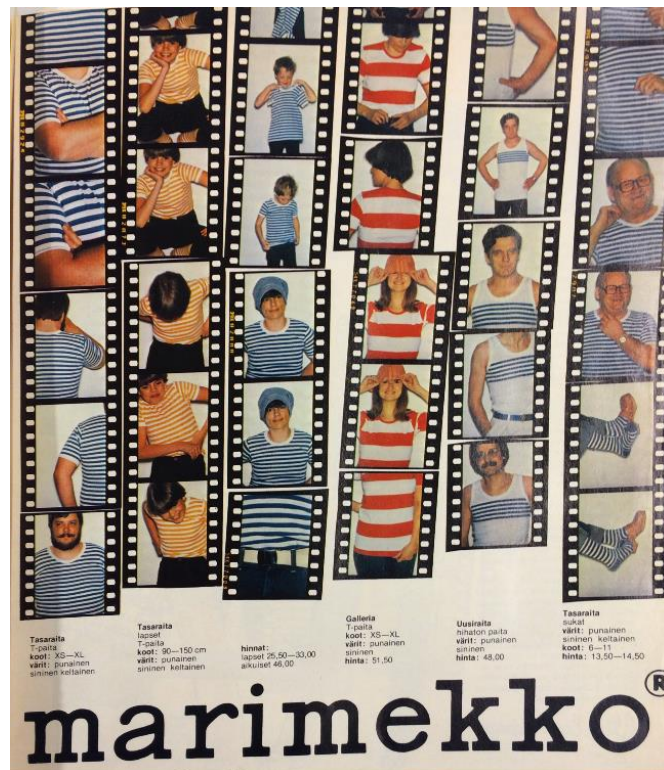
Kuva 20: Perhe puettuna Annika Rimalan *Pallo*-trikoomallistoon (1971). *Uusi Suomi* -sanomalehden artikkelin "Kaikki palloihin" kuvitusta, 7.2.1971. MLK 72.



Kuva 21: Piirros perheestä puettuna *Pallo*-trikoomalliston mekkoihin. Tuntemattoman aikalaislehden kuvitusta. MLK 73.



Kuva 22: Eri sukupolvet keltavalkoraitaisissa *Tasaraidoissa*. MLK 83.



Kuva 23: Eri sukupolvet sisällyttävää *Tasaraita*-mainontaa. *Me Naiset*, no 22 1.6.1978. MLK 101.



Kuva 24: Vuokko Nurmesniemen *Noppa*-kankainen (1954) kotiessu. *Viuhka*-aika-kausilehden artikkelin ”Mies keittiössä” kuvitusta, 11/1959. MLK 2.



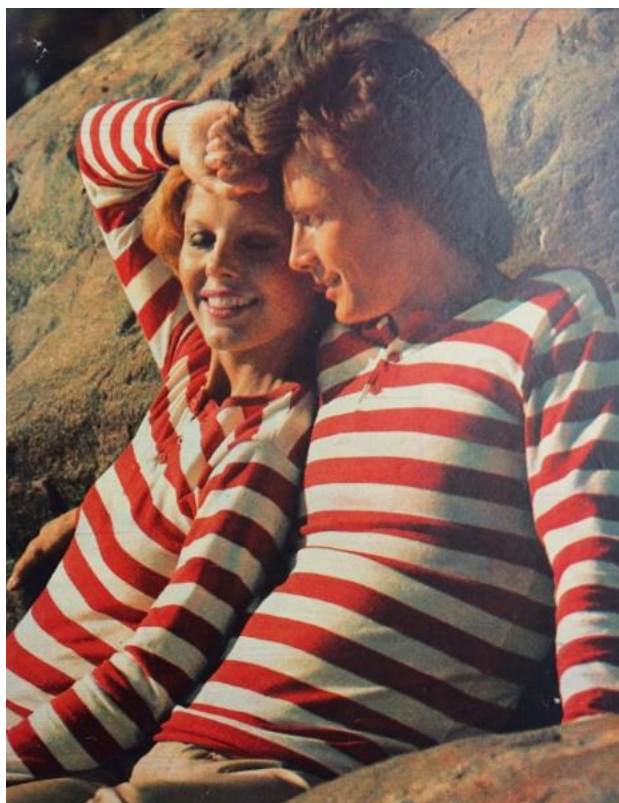
Kuva 25: Annika Rimalan *Puketti*-kankainen (1964) kauluspaita. MLK 48.



Kuva 26: Annika Rimalan *Joustofrotee*-malliston asuja, kuva luultavasti Marimekon mainontaa vuodelta 1973. MLK 83.



Kuva 27: Oloasumuoti valtaa kadut: Marimekon *Denimi*-malliston esitelyä, kuva luultavasti Marimekon mainontaa vuodelta 1973. MLK 83.



Kuva 28: Nainen ja mies Marimekon unisex-raitapaidoissa. MLK 94.



Kuva 29: Aarno Ruusuvuoren suunnitteleman Marisaunan (1968) terassi, miehellä ja naisella yllään Annika Rimalan suunnittelemat *Ruletti*-kietaisutakit (1967). MLK 54.



Kuva 30: *Jokapoika* paitoihin puettu pariskunta. *Suomen Matkailu* -aikakausi-lehden kuvitusta, no 3, 1961. MLK 15.



Kuva 31: Nainen ja mies samanvärisissä *Jokapoika*-paidoissa. Ruotsalaisen *Hennes*-aikakausilehden artikkelin ”Vad vore livet utan en skjorta!” kuvitusta, no 20, 1967. MLK 98.



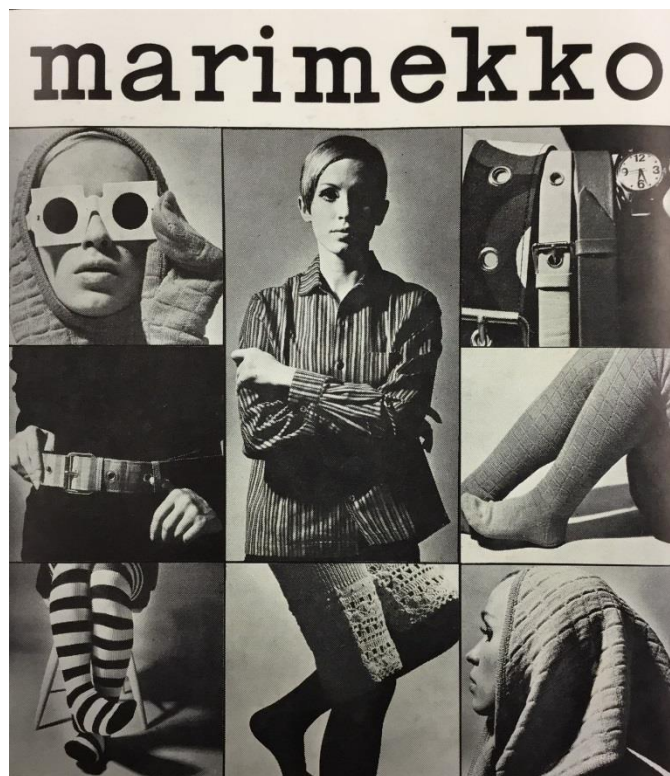
Kuva 32: Nainen ja mies *Jokapoika*-paidoissa. Ruotsalaisen *Expressen*-sanomalehden artikkelin ”Vi tippar finskt” kuvitusta, 4.6.1965. MLK 13.



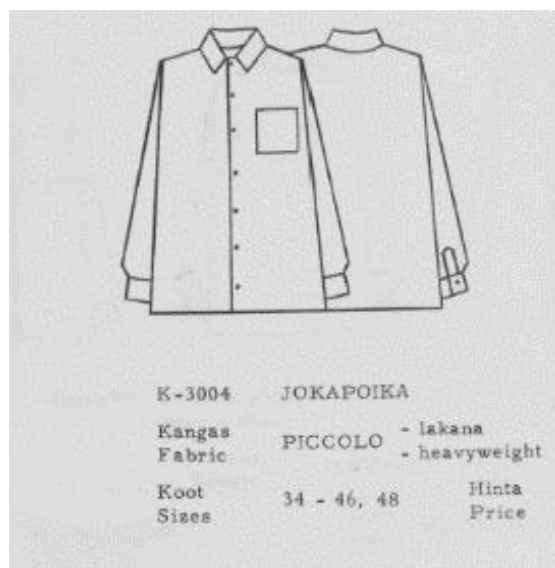
Kuva 33: Naiset hiihtomyssyissään ja *Jokapoika*-paidoissa. Ruotsalaisen *Expressen*-sanomalehden kuvitusta, no 52, 26.12.1965. MLK 8.



Kuva 34: Naiset malleina Three Towns -panimon olutmainoksessa, vasemmanpuoleisella yllään *Jokapoika*-paita. Ruotsalaisessa *Femina*-aikakauslehdessä julkaistu mainos, no 19, 1967. MLK 48.



Kuva 35: Marimekon *Jokapoika*-paidan mainontaa 1970-luvulta. MLK 48.



Kuva 36: *Jokapoika*-paidan piirros. MMK syksy 1972.



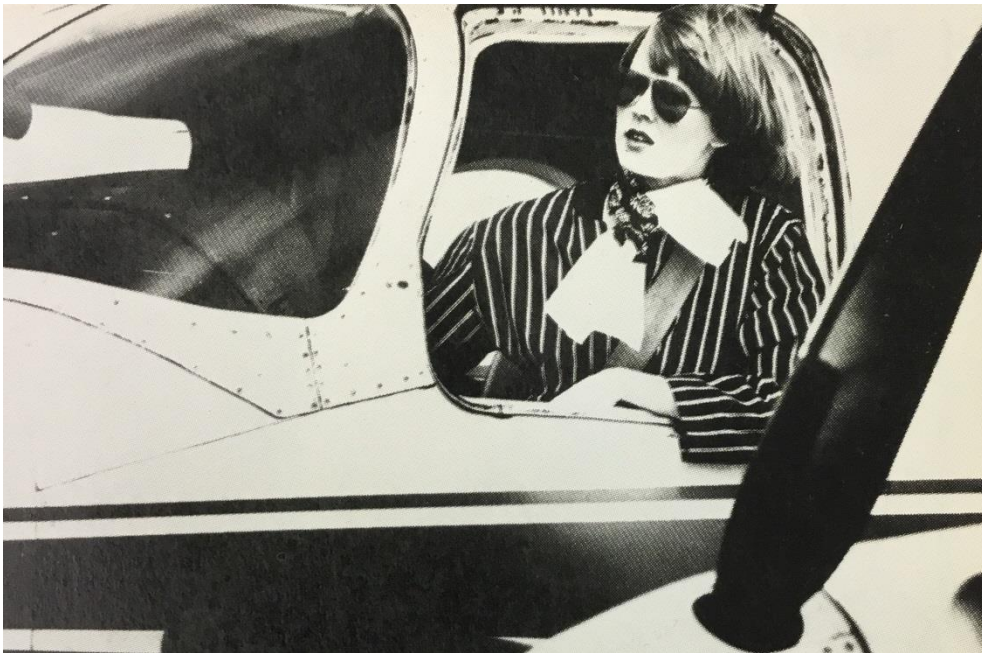
Kuva 37: Pentti Rinnan suunnittelemat *Motti*-paidat (1974), miehellä lisäksi *Kuski*-puvun (1972) housut ja naisella Annika Rimalan suunnittelema *Tarrahame*. Vaatteiden kankaana Rinnan suunnittelema *Siirto* (1975). Kuva vuodelta 1976. DMK.



Kuva 38: *Motti*-kauluspaitoihin pukeutunut pariskunta moottoripyörän selässä. MLK 48.



Kuva 39: Pentti Rinnan suunnittelema *Norppa*-takki, kankaana *Kaponen* ja samasta kankaasta valmistetut *Tasajalka*-housut. MMK 1977–1978.



Kuva 40: Mallilla yllään luultavasti Pentti Rinnan suunnittelema *Naakka*-haalari, kankaana *Kaponen*. MMK 1977–1978.



Kuva 41: Annika Rimalan suunnittelemaa *Hyttysuoja*-mallistoa (1972). *Uusi Anna* -aikakausilehden kuvitusta, no 44, 1972. MLK 72.



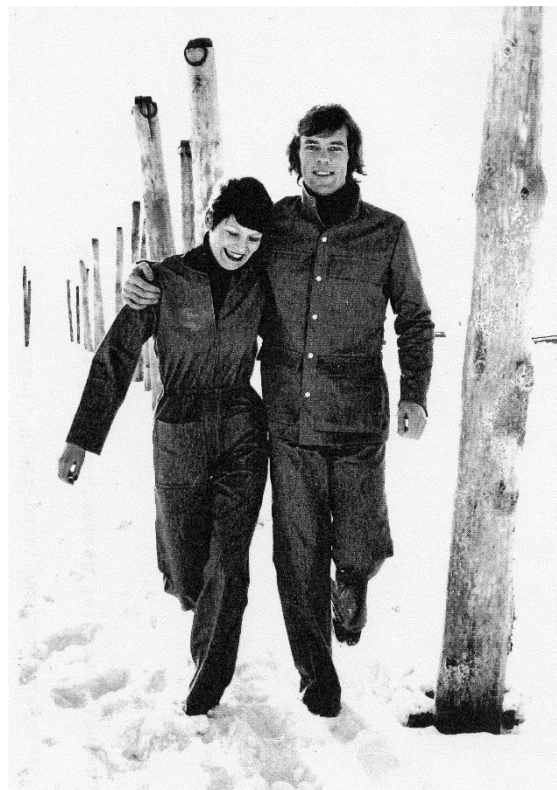
Kuva 42: Annika Rimalan suunnittelemaa *Hyttysuoja*-mallistoa. MMK kevät 1973.



Kuva 43: Annika Rimalan vuoden 1974 *Raita*- ja *Hyttysuoja*-malliston esittelyä. MMK syksy/talvi 1974.



Kuva 44: Marimekon tuntemattoman puuvillaisen ulkoilu-haalarin esittelyä. Kuva julkaistu *Kotiliesi*-aikakausilehden artikkelissa ”Murtomaalle”, no 3, 2/1973. MLK 64.



Kuva 45: Pentti Rinnan *Renki*-haalarin (1973) ja *Kuski*-puvun (1972) esittelyä. Arkistotiedon mukaan kuva on vuodelta 1972, vaikka *Renki* tuli myyntiin vuotta myöhemmin. DMK.



Kuva 46: Pentti Rinnan suunnitteleman *Renki*-haalarin (1973) esittelyä. MMK kevät/kesä 1974.



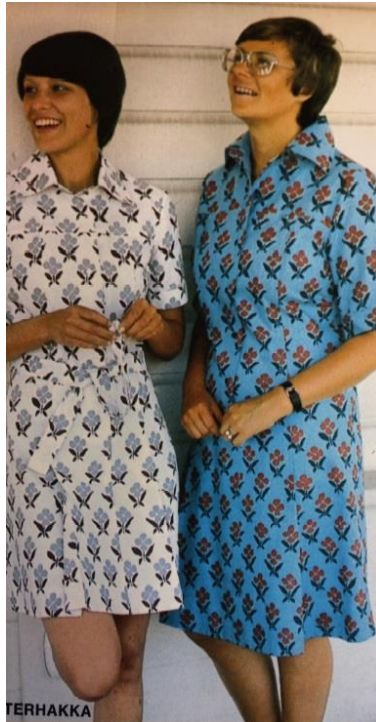
Kuva 47: Pentti Rinnan *Renki*-haalarin (1973) unisex-käytössään. MLK 91.



Kuva 48: Liisa Suvannon suunnittelemat *Pomppa*-takit (1974). DKA.



Kuva 49: Pentti Rinnan suunnittelema *Vedos*-kankainen *Muunto*-puolihome (1972). MMK kevät 1973.



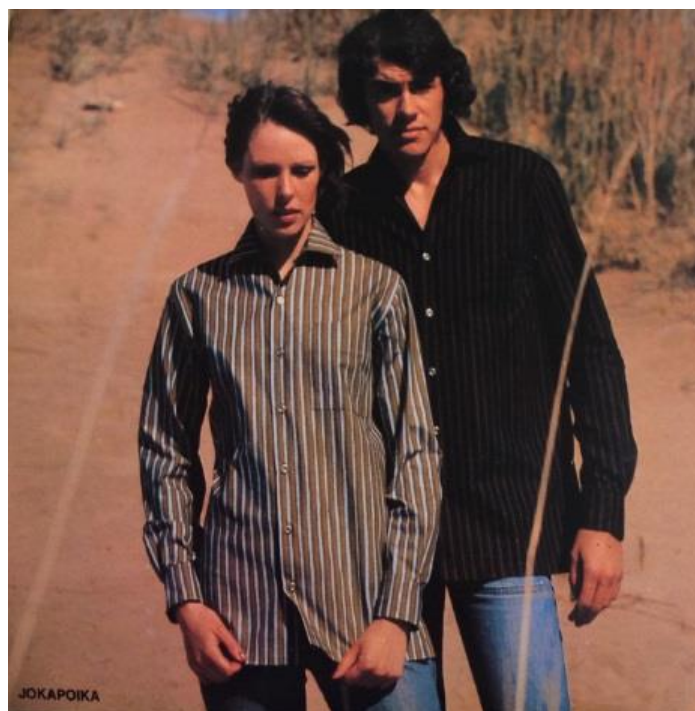
Kuva 50: Pentti Rinnan suunnittelema *Ruusa*-kankainen *Terhakka*-mekko. MMK kevät 1973.



Kuva 51: Annika Rimalan *Viiriäinen*-kankaasta valmistettu *Peltomies*-paita ja samaa kangasta olevat housut. MMK 1976.



Kuva 52: Kristina ja Ristomatti Ratia pukeutuneina yhteneviin *Jokapoika*-paitoihin. MLK 65.



Kuva 53: *Jokapoika*-paidan unisex-mainontaa. MMK kevät/kesä 1975.



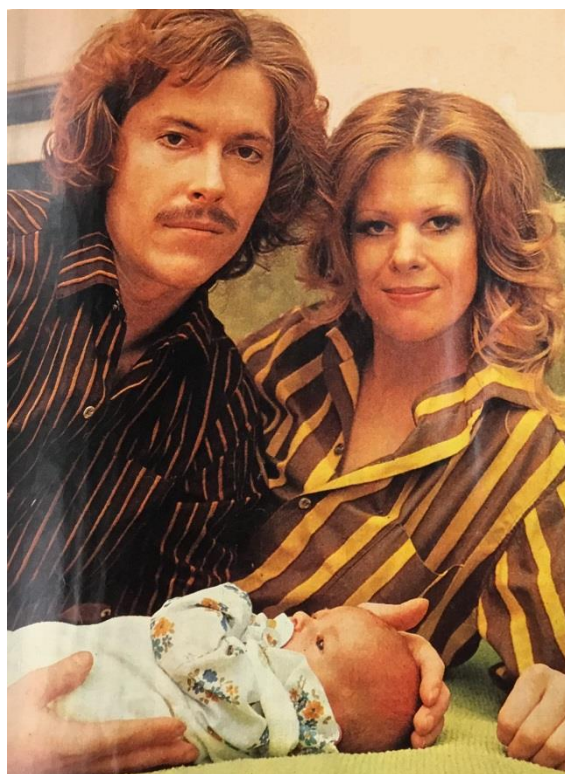
Kuva 54: Nainen ja mies Annika Rimalan suunnittelemissa *Jokeri*-kankaisissa *Pasianssi*-mekossa ja *Ruletti*-kietaisutakissa. *Uusi Maailma* -aikakausilehden artikkelin ”Tervetuloa elokuu” kuvitusta, no 16, 1968. Kuvaajana Kaj G. Lindholm. MLK 48.



Kuva 55: Mies ja nainen Annika Rimalan suunnittelemissa *Jokeri*-kankaisissa *Ruletti*-kietaisutakissa. *Kesä-Anna* -aikakausilehden artikkelin ”Juhannusretki” kuvitusta, 16.6.1970. Kuvaajana Arto Hallakorpi. MLK 72.



Kuva 56: Pentti Rinnan Marimekolle suunnittelemaa kesän 1976 mallistoa. Naisella yllään *Nestori* ja miehellä *Kuski*-jakkupuvun takki, johon kuuluu vyötäröä kaventava kietaisuvyö. Vaatteet valmistettu *Korko*-kankaasta (1975). MLK 93.



Kuva 57: Pariskunta Marimekon kauluspaidoissa: miehellä yllään *Piccolo*-raitainen *Jokapoika* ja naisella *Raita*-kankainen (1966) kauluspaita MLK 83.



Kuva 58: Kuvan Olli-nimisellä pojalla yllään Annika Rimalan *Kukka*-kainen kauluspaita ja lakki. MLK 43.



Kuva 59: Pariskunta *Tasaraita*-mekoissa, nainen pitkässä ja mies edessä lyhyessä. *Bildjournalen*-aikakausilehden kuvitusta, no 11, 1969. MLK 49.



Kuva 60: Pariskunta *Tasaraita*-mekoissa, nainen edessä pitkässä ja mies takana lyhyessä. *Femina*-aikakausilehden artikkelin ”Det fria livet” kuvitusta, 23.6.1968. MLK 44.



Kuva 61: Eri-ikäisiä miehiä erilaisissa oloasuissa. Vasemmalta katsottuna toisella miehellä yllään pitkä *Tasaraita*-mekko. *Femina*-aikakausilehden artikkelin ”Uppställning man-grant” kuvitusta vuodelta 1969. MLK 55.



Kuva 62: Pariskunta Annika Rimalan suunnittelemissa *Galleria*-mekoissa (1971). MLK 83.



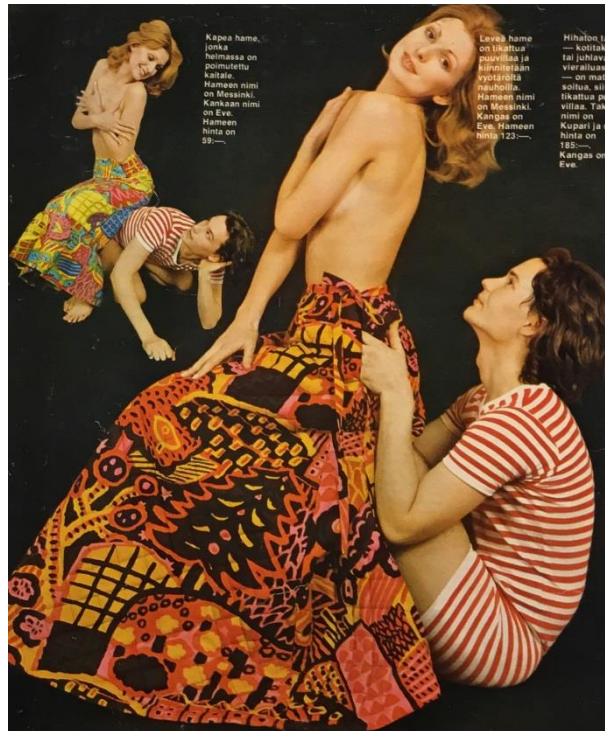
Kuva 63: Pariskunta pitkissä *Tasaraita*-mekoissa. *Hennes*-aikakausilehden artikkelin ”En romantisk historia” kuvitusta, 11/1973. MLK 80.



Kuva 64: Mies pitkässä *Tasaraita*-mekossa. *Kesä-Anna* -aikakausilehden artikkelin ”Ilo nähdä kesäunia” kuvitusta, no 24, 1968. Kuvaajana Arto Hallakorpi. MLK 44.



Kuva 65: Toisiinsa uppoutunut pariskunta *Pallo*-trikoomalliston pitkissä mekoissa (1971). *Daily Express London* -sanomalehden artikkelin ”How to take it easy in night spots” kuvitusta, 7.10.1972. Kuvaajana Michael McKeown. MLK 82.



Kuva 66: *Messinki*-nimisen hameen esittelyä; miehellä yllään lyhyt *Tasaraita*. *Uusi Maailma* -aikakauslehdten artikkelin ”Nyt vain ja tässä” kuvitusta, 4.2.1971. Kuvaajana Franco B. Rossi. MLK 52.



Kuva 67: Teekkariopiskelijoita Annika Rimalan *Ryppypeppu*-haalareissa (1965). *Viikko Sanomat* -sanomalehden artikkelin ”Aina on tilaa yhdelle kivelle” kuvitusta, no 21, 24.5.1968. MLK 50.